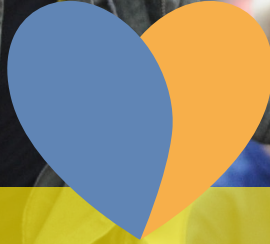




Geldrop-Mierlo



# Ontwikkelingsvisie Centrum Geldrop

Op weg naar een compact, vitaal en gastvrij centrum





De wereld verandert razend snel. Onze samenleving en het gedrag van de consument wijzigen voortdurend en in een hoger tempo dan voorheen. Dit roept de vraag op hoe de toekomst van het centrum van Geldrop eruit gaat zien. Hoe kunnen we zorgen dat het centrum een kloppend hart van Geldrop is en blijft?

Vanuit deze vraag hebben we een visie opgesteld die richting geeft aan toekomstig beleid en handelen. De visie is 'niet in beton' gegoten. In een veranderende wereld moeten we ons kunnen aanpassen aan nieuwe ontwikkelingen. De nadruk in deze visie ligt op samen; samen werken, samen bepalen en samen doen. Zo is de visie ook tot stand gekomen. Met bewoners, ondernemers, vastgoedeigenaren, vertegenwoordigers van maatschappelijke organisaties, culturele instellingen en evenementenorganisaties, hebben we een proces doorlopen om deze visie tot stand te brengen.

Demografische-, technologische-, economische- en sociaal maatschappelijke ontwikkelingen, hebben op dit moment de meeste impact op de samenleving en dus op het centrum van Geldrop. De bevolking vergrijsst en het aantal eenpersoonshuishoudens groeit. We zien dat het aantal winkels afneemt en dat horeca en dienstverlening deze ruimte innemen. Internetaankopen hebben op sommige branches een grote impact. Klimaatverandering leidt tot ingrijpende duurzaamheidstransities die ons allemaal raken. Ook de overheid verandert en neemt een verbindende en faciliterende rol aan. Participatie van burgers en ondernemers wordt belangrijker.

### Visie

Er zijn drie belangrijke waarden genoemd waarlangs toekomstige ontwikkelingen moeten plaatsvinden; compact, vitaal en gastvrij. Deze zijn verwerkt in de volgende visie:

***Het centrum van Geldrop is een toekomstbestendig, kloppend hart van Geldrop waar de gebruiker centraal staat. Een compact en vitaal centrum dat dynamiek uitstraalt en relevant is voor de gebruikers. Een centrum dat uitnodigt om gebruik van te maken, te verblijven en om te ontmoeten. Een centrum waar iedereen er toe doet en groen en duurzaam vaste waardes zijn.***

### Compact

Een compact centrum heeft duidelijke grenzen met een mix van functies voor bezoekers en gebruikers om te wonen, werken, verblijven en te leven. Een compact centrum is aantrekkelijk en overzichtelijk voor bezoekers en gebruikers. Het grote carré is het kernwinkelgebied waar eerst winkels en horeca gevestigd worden. Dit gebied kan ook plaats bieden aan onder andere maatschappelijke functies. De supermarkten zijn als publiekstrekker belangrijk voor het hele centrum en moeten binnen dit gebied behouden blijven. Vanuit de compactheid is het gebied van het voormalig postkantoor niet geschikt voor bestemmingen die detailhandel, supermarkten of horeca toestaan.

Een onderdoorgang voor verkeer op de locatie van de voormalige ABN AMRO is funest voor de winkelstructuur, de beleving en veiligheid van bezoekers. Voor een aantrekkelijk compact winkelgebied is een herontwikkeling van het gebied tussen de kerk en het Horecaplein een mogelijkheid die we moeten onderzoeken. Het zou de winkelstructuur, de zichtlijnen met de kerk en het Horecaplein kunnen versterken. Zo wordt meer groen, meer wonen mogelijk en parkeren verbeterd.

### Vitaal

Een vitaal centrum heeft een balans in de sociale, economische en ruimtelijke betekenis voor bezoekers en gebruikers. Belangrijk voor de toekomstbestendigheid van het centrum zijn bewoners die graag gebruik maken van de voorzieningen en een bijdrage leveren aan de bestedingskracht en dynamiek. Het bevorderen van wonen kan door transformatie, inbreiden, ontwikkelen en door wonen boven winkels te stimuleren. De gemeente faciliteert hierin met open vizier en bewaakt de samenhang.

Het centrum van Geldrop heeft rond het kloppend hart van het kernwinkelgebied en het Horecaplein nog meer troeven, de 'iconen'. Hieronder verstaan we Landgoed Kasteel Geldrop, St. Brigidakerk, het Weverijmuseum met centrum Hofdael, de kleine Dommel en het St. Anna ziekenhuis. Hier liggen kansen voor versterking van het centrum door het verbinden van deze iconen. Ruimtelijk maar ook in samenwerking, evenementen en promotie.

### Gastvrij

Een gastvrij centrum geeft bezoekers het gevoel dat ze welkom zijn. Bezoekers worden ambassadeurs als ze geboeid blijven en binding voelen met het centrum. De uitgangspunten voor een gastvrij centrum zijn opeenvolgend: bereikbaarheid en informatie, de openbare ruimte, vriendelijkheid en veiligheid en horeca en vrije tijd. Evenementen in het centrum zijn belangrijk. Wel moet er een balans zijn tussen de diverse belangen en wensen. Kwaliteit gaat boven kwantiteit. Dit gaat over zowel grote als kleine evenementen.

### Uitvoeringsagenda

Na het vaststellen van de visie gaan we met de stakeholders verder met het opstellen van de uitvoeringsagenda. Er zijn veel goede ideeën opgehaald die in de uitvoeringsagenda een plaats moeten krijgen en gezamenlijk vanuit de eigen taken en verantwoordelijkheid worden opgepakt.

### Opgaven voor de uitvoeringsagenda

- intensiveren van de samenwerking met alle stakeholders
- ruimte geven en anticiperen op nieuwe ontwikkelingen op mobiliteitsgebied
- stimuleren van de bereikbaarheid per fiets en te voet
- aandacht voor de verbinding van OV punten met het centrum
- route-informatie, bewegwijzering en parkeerverwijssysteem
- bezoekers moeten op alle wijzen gemakkelijk en goed het centrum kunnen bereiken
- passend vergroenen en verduurzamen
- creëren van een goed geoutilleerde en veilige openbare ruimte
- aandacht voor beeldkwaliteit en de kenmerkende karakteristieken van het centrum om de identiteit te behouden en te versterken
- actief inzetten op gevelsubsidie
- voldoende parkeergelegenheid voor alle doelgroepen
- uitwerken doelgroepenbeleid
- verbinden van de belangrijke iconen en creëren van zichtlijnen (Kasteel, Kerk, Hofdael, Weverijmuseum, Horecaplein, winkelgebied en ziekenhuis)
- stimuleren en ondersteunen van gastvrij ondernemerschap
- creëren van extra bezoekmotieven door passende evenementen, cultuur en beleving en zorgen voor de juiste informatievoorziening
- in beeld brengen van de ruimtebehoefte van evenementen
- verbeteren vestigingsklimaat voor ondernemers
- aandacht en ruimte voor starters, duurzame en innovatieve ondernemers, nieuwe concepten en experimenten



## Samenvatting

### 1. Inleiding

- 1.1. Beleidskaders
- 1.2. Leeswijzer

### 2. De weg er naar toe; het proces

### 3. Trends, ontwikkelingen, feiten en cijfers

- 3.1. Demografische ontwikkelingen
- 3.2. Economische ontwikkelingen
- 3.3. Technologische ontwikkelingen
- 3.4. Sociaal maatschappelijke ontwikkelingen
- 3.5. De veranderende overheid
- 3.6. Bereikbaarheid en parkeren
- 3.7. Doorkijk 2030

### 4. Visie Centrum Geldrop 2019

#### 4.1. Compact

- 4.1.1. *Gebiedsafbakening*
- 4.1.2. *Nieuwe initiatieven*
- 4.1.3. *Supermarkten*
- 4.1.4. *Leegstand*
- 4.1.5. *Locaties*
- 4.1.6. *Uitgangspunten en opgaven voor de uitvoeringsagenda Compact*

#### 4.2. Vitaal

- 4.2.1. *Wonen*
- 4.2.2. *"Iconen"*
- 4.2.3. *Opgaven voor de uitvoeringsagenda Vitaal*

#### 4.3. Gastvrij

- 4.3.1. *Evenementen*
- 4.3.2. *Uitgangspunten en opgaven voor de uitvoeringsagenda Gastvrij*

### 5. Het vervolg

De herinrichting van de Heuvel, het wel of niet verkeersvrij maken van het Horecaplein, de toekomstige bestemming van de voormalige postkantoorlocatie: een kleine greep uit actuele onderwerpen die spelen in het centrum van Geldrop. Gemeentelijk beleid (parkeren, evenementen, bestemmingsplannen, leefbaarheid en duurzaamheid) raken het centrum. Voortschrijdend inzicht over het belang van evenementen voor Geldrop, leiden tot de wens om het Horecaplein autoluw of autovrij te maken.

De herinrichting van de Heuvel heeft hierdoor vertraging opgelopen en wekt ongerustheid bij centrumondernemers en -bewoners. Daarbij komt dat de ontwikkelingen in de samenleving en de Retailsector razendsnel gaan. Ook de wensen en het gedrag van consumenten veranderen voortdurend. Dit maakt de noodzaak van een integrale verdieping van de Ontwikkelingsvisie Centrum Geldrop uit 2013 groot.

Het is tijd voor een aanvullende visie waarin we antwoorden geven en duidelijkheid scheppen over de ontwikkelingsrichting van het toekomstige Centrum van Geldrop richting 2030. Wat wil Geldrop zijn en bieden? Hoe kunnen we de kwaliteit blijven verbeteren en hoe wordt een gezond en prettig leefklimaat gegarandeerd voor de bewoners, ondernemers en bezoekers van het centrum?

Hoe pakken we de visieontwikkeling aan?

Deze visie is via een integraal proces met zoveel mogelijk stakeholders van het centrum tot stand gekomen. Denk hierbij aan ondernemers en bewoners uit het centrum, ontwikkelaars en vastgoedeigenaren, vertegenwoordigers van culturele instellingen en evenementenorganisaties. De Regionale Adviescommissie Detailhandel (RACD) heeft een advies uitgebracht. Deze visie is geen uitgebreid beleidsstuk, geen stedenbouwkundig project en ook geen gedetailleerd uitgewerkt plan. Het is een perspectief dat aangeeft en voorstelt hoe het centrum van Geldrop zich de komende jaren wil en kan ontwikkelen.

De visie geeft de richting voor toekomstig beleid en handelen waardoor deze steeds dichterbij komt. De nadruk ligt op samen; samenwerken, samen bepalen en samen doen. Op weg naar een toekomstbestendig centrum dat het kloppend hart vormt van Geldrop waar plaats is voor iedereen; jong en oud. Een centrum dat ruimte biedt voor rust en cultuur, winkelen, horeca en recreatie, evenementen en groen. Een centrum dat te overzien en compact, vitaal en gastvrij is en dus uitnodigt om te bezoeken. Er moeten duidelijke keuzes worden gemaakt die de basis vormen voor het uitvoeringsprogramma waarmee we dit toekomstbeeld gaan verwezenlijken. Eerst richten we ons op het vaststellen van deze centrumvisie, direct daarna volgt in samenwerking met de stakeholders het uitvoeringsprogramma.

## 1.1 Beleidskaders

Deze visie sluit aan op relevante aanwezige provinciale, regionale en lokale beleidsstukken. De essentie van deze beleidsstukken vormt samen met de Ontwikkelingsvisie Centrum Geldrop 2013 de basis voor de herijkte visie. Deze is verder aangevuld met nieuwe inzichten en gegevens.

De randvoorwaarden voor een goede samenwerking met stakeholders is al deels gecreëerd. De ondernemers van het centrum zijn verenigd in Centrummanagement Geldrop, waaraan ze allen financieel bijdragen.

De overkoepelende gebiedsmarketing is in handen van de Stichting Villagemarketing, die sinds 2019 actief is. Om het karakter en de positionering van Geldrop-Mierlo vorm te geven is 'Verweven' uitgewerkt en dient als basisthema. Dit thema is door de ondernemers omarmd en wordt volop gebruikt.



De prachtige St. Brigidakerk. Foto: Fotograaf Mitchell van Eijk in opdracht Stichting Villagemarketing Geldrop-Mierlo.

## 1.2 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 schetsen we het proces hoe we tot deze visie zijn gekomen. Daarna beschrijven we de trends, ontwikkelingen, feiten en cijfers. Dit gebeurt in hoofdstuk 3. Aansluitend volgt in hoofdstuk 4 de visie die langs drie lijnen is opgebouwd: compact, vitaal en gastvrij. In hoofdstuk 5 gaan we ten slotte kort in op het vervolg.



Foto: Marco Magielse



Het opstellen van een ontwikkelingsvisie gericht op de toekomst, is in deze tijd niet meer alleen het extrapoleren van huidige ontwikkelingen en trends. Het staat namelijk vast dat er veel onzekerheden en veranderende situaties op ons pad gaan komen die maken dat een visie niet “in beton gegoten” mag zijn. De visie is voor ons een basis om te blijven ontwikkelen en aan te passen aan nieuwe omstandigheden.

We gaan bij het ontwikkelen van de visie uit van de inclusieve samenleving die wij willen zijn, waarbij het centrum van Geldrop fungeert als het kloppende hart. Aangenaam om te winkelen, boodschappen te doen, te verblijven, te ontspannen en om te ontmoeten. Een plek die voor iedereen 365 dagen per jaar prettig voelt.

Het centrum van Geldrop is als een mini ecosysteem. Alle delen zijn belangrijk en leveren een bijdrage aan het voortbestaan, de ontwikkeling en groei van het geheel. We hebben samen met alle stakeholders een proces doorlopen om te komen tot een gezamenlijke visie op het centrum van Geldrop. Hiertoe zijn de stappen 1 t/m 7 al gezet. De stappen 8, 9 en 10 volgen daarna.



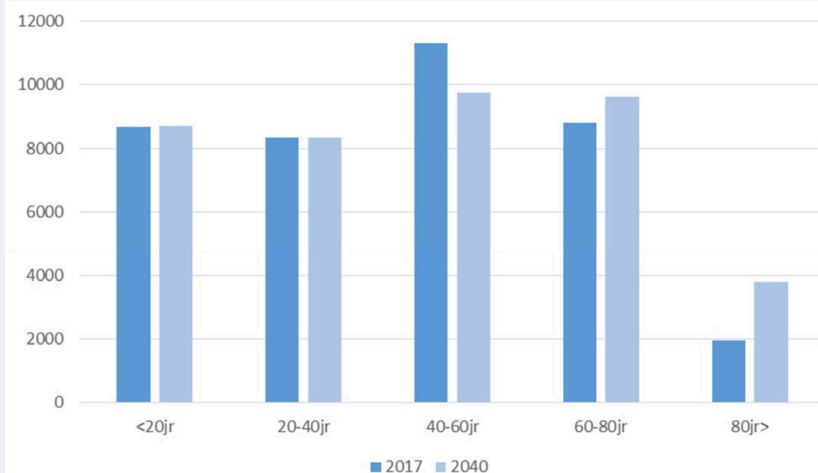
We leven in een wereld die enorm snel verandert. De belangrijkste ontwikkelingen die direct invloed uitoefenen op onze samenleving zijn demografische-, economische-, technologische-, en sociaal maatschappelijke ontwikkelingen waaronder duurzaamheidsontwikkelingen. Hieronder volgen de meest relevante macro trends en ontwikkelingen van dit moment.

### 3.1 Demografische ontwikkelingen

De Nederlandse bevolking kent een toenemende vergrijzing. Zo is in 2040 ongeveer 25% van de bevolking boven de 65 jaar. Deze vergrijzing zorgt ook voor een toename van het aantal eenpersoonshuishoudens omdat meer mensen alleen achterblijven. Maar ook jongeren blijven meer en/of langer alleen. De samenstelling van de bevolking verandert in de richting van een multi-culturele samenleving. In 2030 heeft naar schatting 25% van de bevolking een migratieachtergrond. Verder is er een trend van toenemende verstedelijking; in 2030 woont naar verwachting bijna een derde van de bevolking in een stedelijke omgeving.

### Situatie Geldrop

De provincie verwacht voor Geldrop-Mierlo, als onderdeel van het Stedelijk Gebied Eindhoven, een lichte groei van de bevolking van ongeveer 3% tot een inwonertal van 40.225 in 2040. In de onderstaande grafiek zien we de toename van de vergrijzing richting 2040 en de afname van de groep 40-60 jarigen. De groep onder de 40 blijft stabiel.



Figuur 1 : Bron: 'De bevolkings- en woningbehoefteprognose Noord-Brabant, actualisering 2017' (vastgesteld mei 2017)

### 3.2 Economische ontwikkelingen

De demografische ontwikkelingen hebben gevolgen voor onder andere de koopkrachtontwikkeling van consumenten. Daarnaast ontstaat er door de verwachte bevolkingsontwikkeling tussen 15 en 68 jarigen een krimp van de potentiële beroepsbevolking. Dit legt een druk op de groei van arbeidsproductiviteit. Er komen ook nieuwe vormen van ondernemerschap. Het verschuiven van bezit naar gebruik leidt tot andere verdien- en businessmodellen waarin toegang tot nieuwe en andere markten makkelijker wordt. Ook verandert de wijze waarop arbeid wordt verricht.

Het Centraal Planbureau voor de leefomgeving verwacht dat steeds meer mensen als zelfstandigen gaan werken.

De Retail sector heeft de afgelopen jaren ook te maken gehad met ontwrichtingen van de markt.

Denk hierbij onder meer aan het toenemende gebruik van internetplatformen door consumenten en de opkomst van discounters met kleine marges en hoge omzetsnelheden. Deze ontwikkelingen hebben vooral het traditionele midden-segment hard geraakt.

Op dit moment zien we een tendens dat de detail-handel minder ruimte nodig heeft omdat ze een kleiner vloeroppervlak gebruiken. Horeca en dienst-verlening nemen vaak de vrijkomende ruimte over.

Hier staat tegenover dat grote ketens juist over meer oppervlakte willen beschikken omdat ze hun hele assortiment willen aanbieden om de concurrentie met internet

het hoofd te kunnen bieden. Landelijk zien we een afname van het aantal winkels maar geen daling van het vloeroppervlak. Op het gebied van internetwinkelen zien we een groeiende tendens dat webshops fysieke winkels openen. Voorbeelden hiervan zijn Coolblue, fietsenwinkel.nl en internationaal Amazon en Alibaba.



De Langstraat. Foto: Marco Magielse.



### Situatie Geldrop

De ligging van twee complementaire supermarkten in het centrum van Geldrop is een belangrijke factor voor de toekomstbestendigheid van het centrum. De supermarkten zorgen voor veel bezoek aan het centrum. De andere winkels in het centrum profiteren hiervan. Uit onderzoek blijkt dat hoe dichterbij de supermarkten bij de andere winkels liggen hoe meer bezoekers ook die andere winkels bezoeken (DTNP, supermarkt cruciale publiekstrekker in centrumgebieden).

De ontwikkeling van het aantal verkooppunten en vloeroppervlak in Geldrop tussen 2016 en 2019 wordt in onderstaande figuur weergegeven.

Retail ontwikkeling verkooppunten en winkelverkoopvloeroppervlak in de laatste drie jaar in de centrum Geldrop.

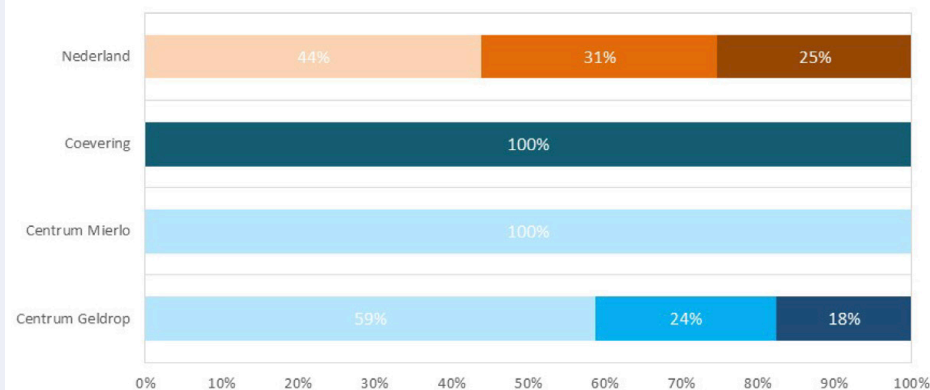
Centrum Geldrop	Leegstand	11	2.258	17	2.609	6	351
	Dagelijks	23	4.370	22	4.446	-1	76
	Mode & Luxe	37	6.432	38	6.211	1	-221
	Vrije Tijd	8	1.154	6	807	-2	-347
	In/Om Huis	17	2.339	11	1.833	-6	-506
	Detailh Overig	5	1.210	6	555	1	-655
	Leisure*	36		35	3.426	-1	3.426
	Diensten*	30		24	1.326	-6	1.326

Figuur 2 : Bron: Locatus Retailmonitor 2019

Leegstand is na een goede periode weer een groeiend probleem en de toekomstvoorspellingen lopen ver uiteen. Vooral voor middelgrote kernen als Geldrop kan leegstand een probleem worden als er geen actie wordt ondernomen. De huidige leegstandscijfers en -duur lijken nu nog mee te vallen (zie hieronder) maar geven geen garantie voor de toekomst.

Een compact centrum creëren is belangrijk voor de aantrekkelijkheid van het centrum maar ook om versnippering van het aanbod tegen te gaan.

Leegstandsduur winkelgebied



Leegstand is te classificeren naar tijd en wordt gepresenteerd in de volgende klassen:

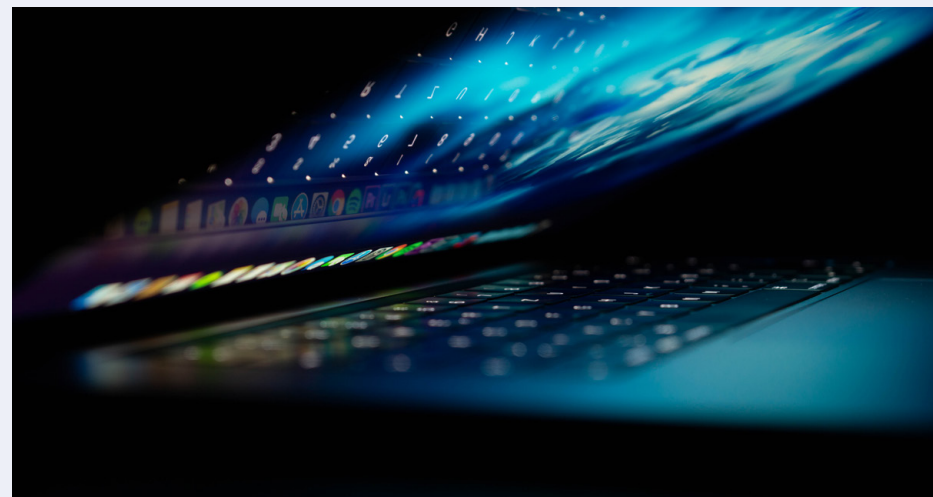
- aanvangs- en frictieleegstand (maximaal één jaar)
- langdurige leegstand (tussen één en drie jaar)
- structurele leegstand (drie of meer achtereenvolgende jaren)

Figuur 3 : Bron: Locatus Retailmonitor 2019

### 3.3 Technologische ontwikkelingen

Er is sprake van een toenemend gebruik van digitale informatie en apparaten. Dit gaat nog versterken door de ontwikkeling van het 5G netwerk. Steeds meer apparaten zijn verbonden met internet en leiden tot onder andere meer methoden van data verzamelen en analyse. De aankopen via internet blijven groeien tot naar schatting 30% in 2025. De invloed verschilt echter per branche en is het sterkst voelbaar in media en entertainment en het minst in wonen en health/beauty. Nederlanders doen hun dagelijkse boodschappen het minst via internet.

Verder komen meer technologische ontwikkelingen in een stroomversnelling door toepassingen van technologie en kennis uit verschillende achtergronden. Denk dan bijvoorbeeld aan: Internet of Things, Artificial Intelligence, Virtual Reality, digitale traceerbaarheid, deep learning en 3D printen. Deze ontwikkelingen gaan grote veranderingen teweeg brengen in onze maatschappij.



#### Situatie Geldrop

De gevolgen van deze ontwikkelingen voor de bedrijfsvoering in de detailhandel zijn aanzienlijk. Data verzamelen, analyseren en gericht actie ondernemen op klantgroepen en zelfs individuele klanten ligt binnen ieders handbereik. Gebruik maken van technologische mogelijkheden en toepassingen als internet en social media zijn noodzakelijk om je doelgroep aan je te blijven binden.

In Geldrop zijn genoeg voorbeelden van ondernemers die dit met succes inzetten.

### 3.4 Sociaal maatschappelijke ontwikkelingen

De klimaatverandering leidt tot ingrijpende duurzaamheidstransities. De energietransitie en de transitie naar een circulaire economie hebben hierin de grootste impact. De geformuleerde en vastgelegde ambities vragen om een grote opgave voor iedereen.

We zien dat consumentengedrag voortdurend verandert door onder andere de technische mogelijkheden en bewustwording van de effecten van consumptie op onze planeet. De consumenten hebben nu de mogelijkheid om bezigheden en bestedingen in hun vrije tijd in te richten zoals zij willen. Zij zijn gewend geraakt aan gemak, snelheid en service. Dienstverlening en het leveren van toegevoegde waarde worden onderscheidende kwaliteiten in de strijd om de aandacht van de consument. Het is een uitdaging voor ondernemers, gemeente en vastgoedeigenaren om hier passend op te reageren en te blijven nadenken over de toegevoegde waarde van fysieke winkels en winkelgebieden.

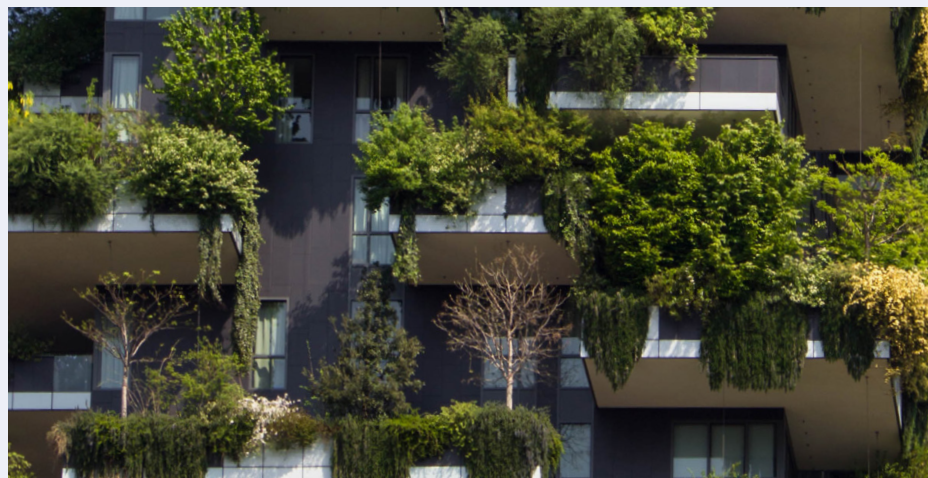
Het blijft essentieel dat er antwoord wordt geboden op de behoeftes en de vragen van de consumenten/gebruiker. Om je aanbod af te stemmen op hun behoeftes, is het belangrijk om te weten wie je bezoekers zijn en wat ze willen maar ook wie nu niet je bezoekers zijn (en waarom niet) en hoe ze veranderen. Hiervoor is voortdurend onderzoek noodzakelijk.

Als gevolg van bovenstaande ontwikkelingen veranderen ook de behoeftes aan onder andere mobiliteit, wonen en gezondheidszorg. Mensen denken goed na hoe ze hun (schaarse) tijd willen besteden. Wil je ze naar het centrum trekken, dan moet het centrum wat (passends) te bieden hebben. Het moet relevant zijn.

### Situatie Geldrop

Klimaatadaptatie wordt ook een belangrijk thema voor het centrum. Door de klimaatverandering krijgen we te maken met steeds extremer weer. Hoge(re) temperaturen, droogte maar ook overmatige neerslag zorgen steeds vaker voor overlast en problemen. Versteening draagt bij aan deze overlast. In versteende gebieden is bijvoorbeeld de hitteoverlast groter en wordt water minder goed vastgehouden. Het vergroenen van dichtbebouwde gebieden is hiervoor een oplossing. Door keuzes uit het verleden is het centrum erg versteend geraakt, waardoor het belang van meer groen op dit moment hoog op onze agenda staat.

Geldrop streeft ernaar om in 2040 energieneutraal te zijn. Dit kan door de uitstoot van broeikasgassen zoveel mogelijk te reduceren. Vermindering van het energieverbruik in het centrum kan door actief te besparen door pandisolatie en installaties. Ook overstappen op duurzame energiebronnen en het compenseren van de resterende uitstoot horen hierbij.



*Vergroenen van gebouwen.*



### 3.5 De veranderende overheid

De rijksoverheid heeft in gang gezet dat de overheid een meer verbindende, betrokken en faciliterende rol gaat innemen. We bevinden ons in een overgangperiode waarbij de overheid steeds meer participeert in netwerken van ondernemers, bedrijven en inwoners.

Vraagstukken pakken we samen met partners op. Verantwoordelijkheid en zeggenschap worden meer gedeeld en het gevoel van eigenaarschap moet bij alle partners ontstaan. Stakeholders moeten duidelijke keuzes maken die op korte termijn soms pijn kunnen doen maar op de lange termijn hun vruchten afwerpen. De keuzes voor retailers gaan onder andere over hun klantrelevantie, het toepassen van technologie en aanpassing aan een nieuwe veranderende marktsituatie.

Voor vastgoedeigenaren kan dit betekenen dat zij moeten afstappen van de traditionele verdienmodellen en zij andere mogelijkheden voor versterking van het centrumgebied moeten bekijken. De gemeente zal ten slotte moeten kiezen voor een compact centrum. Zij moet haar beleid en bestemmingsplannen hierop afstemmen. Denk hierbij onder andere aan vergunningenbeleid, het beleid over supermarkten, verspreide bewinkeling en beleid over bereikbaarheid en parkeren.

#### Situatie Geldrop

Participatie, samen vragen oppakken en van buiten naar binnen werken, is door de overheid vastgelegd in de omgevingswet. Deze aanpak hebben we gebruikt in het proces om tot deze visie te komen. Ook met de uitvoeringsagenda gaan we gezamenlijk op deze voet verder.

### 3.6 Bereikbaarheid en parkeren

Bereikbaarheid zegt iets over de mate van gemak waarmee bezoekers een parkeerplaats kunnen bereiken. Het Geldrops centrum ligt ingeklemd tussen enkele hoofdwegen. Voor een goede externe bereikbaarheid van het centrum is het belangrijk dat de aansluitingen op het hoofdwegennet goed en veilig zijn vorm gegeven. Op enkele locaties, zoals bij de kruispunten Johan Peijnenburgweg/Molenstraat en Johan Peijnenburgweg/Dommeldalseweg, ligt in dit opzicht nog een opgave. Het centrum wordt daarmee beter en veiliger bereikbaar.

Op de langere termijn zou het goed zijn om een groter deel van het kernwinkelgebied autovrij te maken waardoor de verblijfskwaliteit van het centrum beter wordt. Dit geldt ook voor het Horecaplein als één van de belangrijke succesfactoren van het huidige centrum. Hiervoor moet dan wel een alternatief worden bedacht voor de bereikbaarheid van de supermarkten.

Op sommige dagen moeten automobilisten in het centrum zoeken naar parkeerplaatsen en is er een duidelijk tekort. Op deze momenten is er veel zoekverkeer dat voor drukte en irritatie zorgt. Hoewel in de grote steden het autobezit daalt, is er daarbuiten nog een kleine stijging te zien.

Parkeren (en betaald parkeren) wordt in Geldrop door de passanten wel als een verbeterpunt gezien. Noot hierbij is dat parkeertarief relatief prijs in-elastisch is (het maakt voor het gevoel niet uit of je € 0,70 betaalt of € 1,-). Het gaat er vooral om dat de kwaliteit van het centrum als geheel aansluit bij het verwachtingspatroon van de consument. Parkeervoorzieningen moeten vanzelfsprekend goed bereikbaar zijn vanuit de omliggende hoofdwegenstructuur.

Parkeervoorzieningen worden bij voorkeur aan de randen van het centrum gepositioneerd zodat het gemotoriseerd verkeer niet onnodig het verblijfsgebied belast.

De prognose voor de parkeerbehoefte in 2025 in Geldrop laat zien dat zowel in het centrum als aan de randen parkeertekorten ontstaan. Dit is bij ongewijzigd beleid en zonder de effecten van ruimtelijke ontwikkelingen (zie bijlage Parkeerschouw).

Wat zijn de gevolgen van zelfrijdende auto's? Gaan mensen auto's delen? Komen er nieuwe vervoersmiddelen? Slaat 'mobility as a service' aan? Vooralsnog kunnen we stellen dat de economische dynamiek van het centrum in belangrijke mate afhankelijk is van de bereikbaarheid met de auto en fiets en daarna te voet.

#### Legenda

-  ontsluiting centrum
-  centrumparkeren



Plattegrond centrum, parkeren en ontsluiting.



## 3.7 Doorkijk 2030

Geldrop kan zich onderscheiden door bezoekmotieven te creëren voor zowel eigen bewoners en als alternatief voor en in aanvulling op nabijgelegen centra. Hiertoe is een mix van functies noodzakelijk die bestaat uit detailhandel, horeca, vrije tijd, dienstverlening en cultuur. Voor de gebruiker moet deze mix meerwaarde opleveren op het gebied van gemak, inspiratie, beleving, specialismen en sociale interactie.

Het centrum van Geldrop moet voor bewoners en in de regio een eigen plaats en profiel hebben. Compactheid, vitaliteit en gastvrijheid (aantrekkelijkheid) zijn de basis voor een inclusief centrum dat uitnodigt om gebruik van te maken, te verblijven en te ontmoeten. Een inclusief centrum kunnen we alleen bereiken door synergie te bewerkstelligen tussen winkels, horeca, wonen, werken, cultuur, openbare ruimte en evenementen. Het centrum moet hiervoor een duidelijke identiteit hebben.



Foto (boven): Fotograaf Mick de Greef in opdracht Stichting Villagemarketing Geldrop-Mierlo.

Foto (links): Fotograaf Mitchell van Eijk in opdracht Stichting Villagemarketing Geldrop-Mierlo.



## Visie

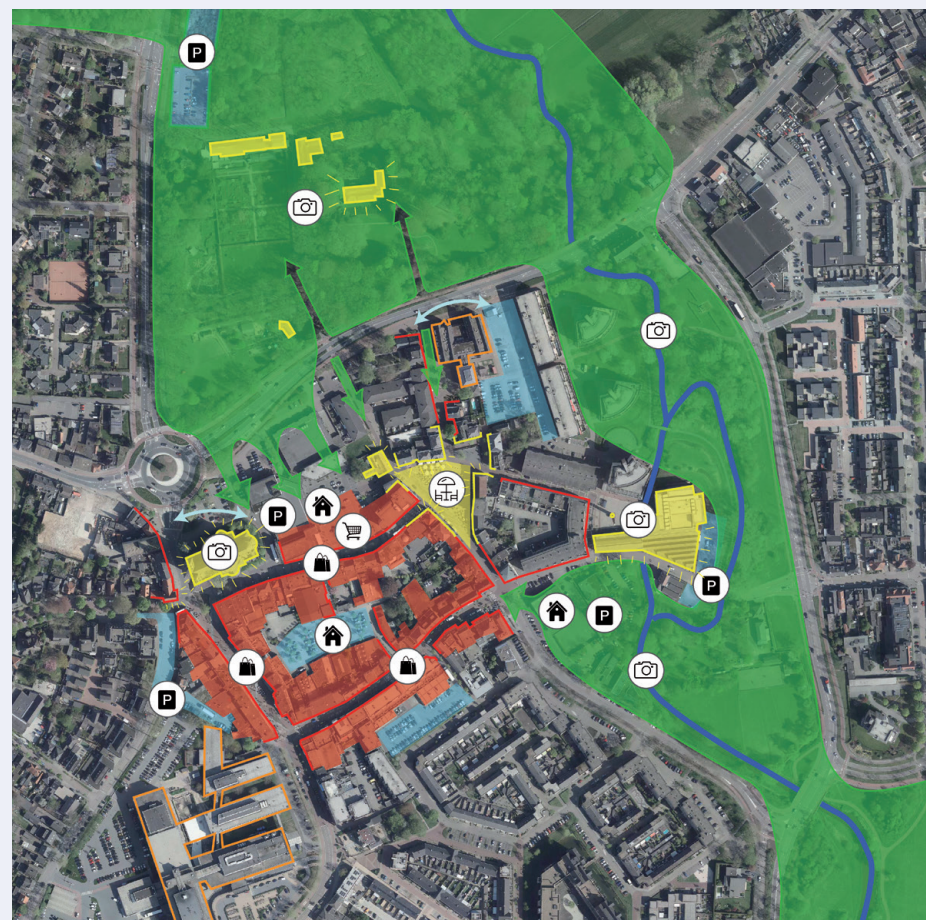
Het centrum van Geldrop is een toekomstbestendig, kloppend hart van Geldrop waar de gebruiker centraal staat. Een compact en vitaal centrum dat dynamiek uitstraalt en relevant is voor de gebruikers. Een centrum dat uitnodigt om gebruik van te maken, te verblijven en om te ontmoeten. Een centrum waar iedereen er toe doet en groen en duurzaam vaste waarden zijn.

De wijze waarop deze visie tot stand komt, toont de wil en de behoefte om samen ontwikkelingen tot stand te brengen en breed gedragen beleid gezamenlijk uit te voeren. Het is belangrijk dat alle stakeholders duidelijke keuzes maken en durf tonen. De uitvoering brengt nieuwe uitdagingen met zich mee en zal duidelijk maken op welke gebieden facilitering of misschien regulering noodzakelijk is. Duurzaamheid, verbindingen leggen, zichtlijnen herstellen en parkeren zijn onderwerpen die vragen om een daadkrachtige aanpak.

De visie wordt uitgewerkt langs drie lijnen; **compact**, **vitaal** en **gastvrij**. Op sommige vlakken kan er een overlap zijn omdat we deze vanuit verschillende invalshoeken bekijken.

### Legenda

-  carré: kernwinkelgebied en horecaplein
-  autovrij horecaplein
-  verbinden groen met centrum
-  benadrukken en verbinden iconen
-  toevoegen wonen
-  verplaatsen supermarkten en maken nieuwe winkelwand
-  vergroten/toevoegen parkeerruimte
-  ontsluiting en verbinding verkeer



#### 4.1 Compact

Het centrum is het kloppende hart van een dorp. Dit hart moet levendig en vitaal zijn. Er moet een gevarieerd winkelaanbod zijn en voldoende horeca- en vrijetijdsvoorzieningen bieden. Ook moet er ruimte zijn voor mensen. Het moet een plaats zijn om te wonen, werken, verblijven en te leven. Een compact centrum is overzichtelijk en aantrekkelijk voor bewoners en bezoekers. Winkels en horeca vormen het hart van een levendig centrum maar met een (potentieel) afnemend aantal winkels en soms winkelvloeroppervlak willen we kijken naar maatregelen om de kern in stand en aantrekkelijk te houden.

#### 4.1.1 Gebiedsafbakening

Het centrum van Geldrop heeft een carréstructuur waarin een concentratie van detailhandel, dienstverlening en horeca is gevestigd. Een aantal aanloopstraten heeft ook nog detailhandel

en dienstverleningsfuncties. Daaromheen zijn woonfuncties en een aantal "iconen" gelegen. Als iconen worden gezien het Landgoed Kasteel Geldrop, Weverijmuseum en Centrum Hofdael, Horecaplein, St. Brigidakerk, de kleine Dommel en het St. Anna ziekenhuis.



De nieuwe bewegwijzering in het centrum van Geldrop. Foto: Marco Magielse.





Om een compact centrum te realiseren, is het belangrijk om grenzen en gewenste ontwikkelingen te bepalen. Het kerngebied voor centrumfuncties wordt het 'grote' carré. In de aanloopstraten willen we het liefst wonen en eventueel dienstverlening. Winkels en horeca zijn het meest gewenst in het kernwinkelgebied, in een goed evenwicht.

We voegen daarnaast bij leegstand ook graag maatschappelijke- en werkfuncties toe in of dicht bij het kernwinkelgebied van het centrum. Zo versterken we het centrum als bezoek- en ontmoetingsplaats. In dit gebied is de begane grond aan de winkelstraat primair voor centrumfuncties, in geval van extreme of langdurige leegstand zou hier van afgeweken mogen worden. De Korte Kerkstraat, de Heuvel en de Langstraat zijn nu de dragers van de winkelstructuur.



#### Legenda

-  bebouwingscontouren
-  carré/kernwinkelgebied

*Plattegrond grote carré met bebouwingscontouren.*

#### 4.1.2 Nieuwe initiatieven

Ontwikkelingen en nieuwe initiatieven moeten kwalitatief goed zijn en een duidelijke meerwaarde hebben om opgenomen te worden in de centrumvisie. We moeten hiervoor open staan in het belang van de stakeholders in het centrum. Hierbij kunnen we keuzes uit het verleden rechtzetten, die minder bij de tijdgeest van nu en de toekomst passen. De identiteit van het centrum van Geldrop mogen we hierbij nooit uit het oog verliezen.

#### 4.1.3 Supermarkten

Voor de bewoners en bezoekers is de aanwezigheid van supermarkten als voorziening in het centrum heel belangrijk. Het behoud van supermarktfuncties is voorlopig van groot belang voor de dynamiek in het centrum en het behoud van de kleinere detaillist. Deze is over het algemeen gebaat bij de bezoekersstroom die deze publiekstreckers voortbrengen. Wel ervaart de meerderheid van de

stakeholders de uitstraling van de gebouwen als matig.

We zijn van mening dat de supermarkten vooral via de noordzijde van het centrum te benaderen moeten zijn. Zo hoeft het auto- en bevoorradend verkeer voor deze winkels niet onnodig het centrumgebied in te rijden.

Dit ook vanwege de actuele tendens van schaalvergroting en de vraag naar een uitstekende of optimale bereikbaarheid van deze winkels voor al het (gemotoriseerd) verkeer.



*Een van de supermarkten in het centrum van Geldrop. De Nettorama ligt er praktisch naast. Foto: Marco Magielse.*

#### 4.1.4 Leegstand

We streven ernaar om het kernwinkelgebied gevuld te houden en leegstand van dit gebied te voorkomen, onder voorbehoud van frictieleegstand. Samen met stakeholders gaan we actief aan de slag om leegstand te voorkomen. Versterking van het aanbod en kwaliteit staat hierbij voorop. Hierbij verwijzen we nieuwe solitaire ontwikkelingen eerst door naar het kernwinkelgebied.



## 4.1.5 Locaties

*Bezorgershof*

Het Bezorgershof ligt centraal in het midden van het grote carré en laat alleen de achterzijden zien van de bebouwing. Het Bezorgershof biedt aan de ring rond het parkeerterrein (noord- en zuidkant) mogelijkheden voor woningontwikkeling, bijvoorbeeld voor jong volwassenen en expats. Hierbij speelt voorlopig de bestemming, de parkeer- en bezorgfunctie en de parkeernormering een belangrijke rol.

*Gebied voormalig postkantoor*

Het voormalige postkantoor ligt op een hoek tegen het grote carré aan. Aangrenzend is er een parkeerterrein en verderop ligt De Dommel. Voor versterking van het centrum raden we aan om de ontwikkeling van het hele gebied vanaf het voormalige postkantoor tot aan de Dommel integraal te ontwikkelen. Een bestemming als supermarkt, detailhandel, horeca of anders dan wonen en/of deels maatschappelijke doeleinden staan we hier niet toe.

*Voormalig gebouw ABN AMRO*

Een onderdoorgang met gemotoriseerd verkeer vanaf de Langstraat naar het marktplein aan de Heuvel is niet gewenst. Dit is funest voor de winkelstructuur, de beleving en de veiligheid van de bezoekers. We willen de centrumfuncties in de plint behouden en vanaf de eerste verdieping wonen toestaan. Een aangename ontsluiting van het Bezorgershof hoort hier ook bij.



*Gemotoriseerd verkeer hier is funest voor winkelstructuur, beleving en veiligheid bezoekers. Foto: Marco Magielse.*

*Stip op de horizon, herstellen winkelwand aan de Heuvel*

Voor een compact en aantrekkelijk centrum is de herontwikkeling van het gebied tussen de St. Brigidakerk en het Horecaplein een mogelijkheid die het onderzoeken waard is. Hierdoor kunnen we een aantal doelstellingen behalen. Zo wordt de winkelstructuur versterkt door het creëren van een winkelwand met supermarkten aan de Heuvel. Door de tweezijdige bewinkeling die daarmee ontstaat wordt de afstand verkleind met de andere winkels.

De zichtlijnen met de kerk en het Horecaplein worden zo versterkt en er zijn mogelijkheden om groen bij de kerk, meer wonen en parkeren te realiseren. Dankzij de ontsluiting van het centrum langs de noordkant kan dit leiden tot een autovrij Horecaplein.

#### 4.1.6 Uitgangspunten en opgaven voor de uitvoeringsagenda Compact

##### *Uitgangspunten*

- het grote carré is kernwinkelgebied
- behoud twee supermarkten in het centrum
- geen auto-doorsteek op de locatie van het voormalig ABN-AMRO-gebouw
- geen detailhandels- of horecabestemming of een solitair parkeerterrein op de voormalige postkantoorlocatie

##### *Opgaven voor de uitvoeringsagenda*

- actief leegstand bestrijden
- tegengaan verspreide bewinkeling en faciliteren vestiging van winkels, horeca en Leisure in het carré
- locatie ABN-AMRO: ontwikkelen passend plan dat past in centrumvisie

- gebied rondom postkantoor: kaders stellen voor integrale ontwikkeling van het gebied voor wonen, met aandacht voor: duurzaamheid, groen en parkeren (waarbij er geen openbare parkeerplaatsen verloren mogen gaan)
- onderzoeken van mogelijkheden voor herontwikkeling van het gebied tussen de St. Brigidakerk en het Horecaplein
- Bezorgershof: bekijken transformatiemogelijkheden

##### *Wat pakken we nu al op?*

- overlegsituatie creëren met vastgoedeigenaren
- samen met Centrummanagement Geldrop een plan van aanpak opstellen om leegstand actief te benaderen

## 4.2 Vitaal

***“De essentie van een vitaal centrum is de match tussen de sociale, economische en ruimtelijke betekenis”***

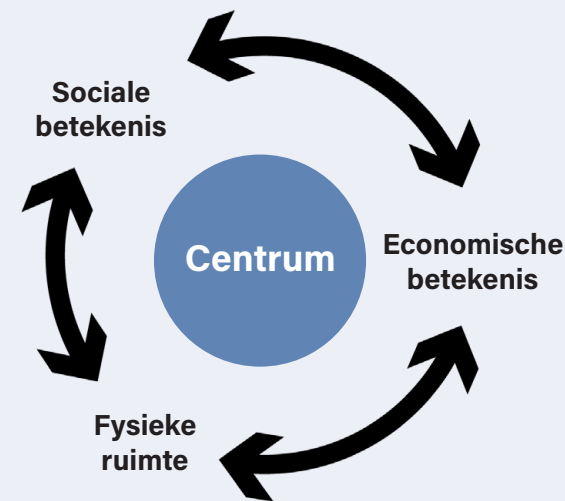
Een vitaal centrum is een centrum dat er toe doet. Het heeft betekenis en een herkenbare identiteit. Een centrum waar de geschiedenis zichtbaar is en waar ruimte is voor nieuwe verhalen. De aantrekkingskracht van een centrum ligt niet altijd in het aantal historische monumenten maar aan betekenis en identiteit die de bezoeker en gebruiker beleven en er aan geven. Ze moeten zich ‘verweven’ voelen.

Een centrum laat zich vanuit verschillende invalshoeken bekijken: er wordt gewoond, geleefd, boodschappen gedaan, gewinkeld, gewerkt, geconsumeerd, gebouwd en gerecreëerd. Een centrum is een ontmoetingsplaats van mensen en een vestigingsplaats van bedrijven. Een centrum is daardoor de smeltkroes van alles wat zich maatschappelijk, sociaal en cultureel afspeelt.

Dorpen en steden bestaan dankzij een continu proces van verandering van functies en ruimte. Het belang van vitaliteit neemt daarbij toe. Dit vraagt om inzicht in de randvoorwaarden waarmee we het centrum kunnen versterken. De waarde van het centrum heeft zowel een sociale als een economische betekenis waarvan instandhouding en vergroting cruciaal wordt voor het succes van het centrum.

We kunnen aannemen dat veranderingen in bijvoorbeeld de sociale betekenis van

het centrum zijn invloed heeft op zowel de economische betekenis als op de eisen die we stellen aan de fysieke inrichting. De essentie van een vitaal centrum is de match tussen de sociale, economische en ruimtelijke betekenis. Het daarop inzetten als een integraal en continu proces leidt tot een constante dynamiek. Dit is bepalend voor het gebruik en beleving van de ruimte, aantrekkingskracht en investeringen en voor de binding aan en identiteit van het centrum.



## 4.2.1 Wonen

Een toekomstbestendig vitaal centrum heeft bewoners die gebruik willen maken van de voorzieningen. De verwachte behoefte aan woningen voor ouderen, jeugd, starters, en doorstromers in Geldrop-Mierlo is groot. Het bevorderen van wonen in het centrum, dichtbij voorzieningen, is een doeltreffende oplossing voor de toekomstbestendigheid van het centrum.

Dit zorgt voor een toename van de bestedingskracht en draagt bij aan verbetering van het draagvlak voor het centrum. Een verdichting van wonen in het centrum biedt daarnaast mogelijkheden voor jeugd, starters en doorstromers die vlakbij voorzieningen willen wonen en daardoor ook voor dynamiek zorgen. Hierdoor komen naar verwachting woningen vrij in de wijken voor jonge gezinnen uit Geldrop en uit de regio. Gelet op de vergrijzing en de nabijheid van zorgvoorzieningen, groeit de vraag naar zorgwoningen in het centrum. Maatwerk is bij woonontwikkelingen belangrijk, waarbij er aandacht moet zijn voor de behoeftes, belangen en gevolgen.



In het voormalige pand van de Rabobank worden nieuwe appartementen gebouwd. Foto: Marco Magielse.

Wonen binnen het centrumgebied moet worden bevorderd door middel van inbreiding, transformatie, gebiedsontwikkelingen en door bevorderingen van wonen boven winkels. Hierbij faciliteert de gemeente met open vizier maar bewaakt wel de samenhang tussen alle eisen en diverse belangen om bij te dragen aan de ontwikkeling van het centrum. Alle woonmogelijkheden die geen afbreuk doen aan de kwaliteit en functioneren van het centrum moeten worden benut.

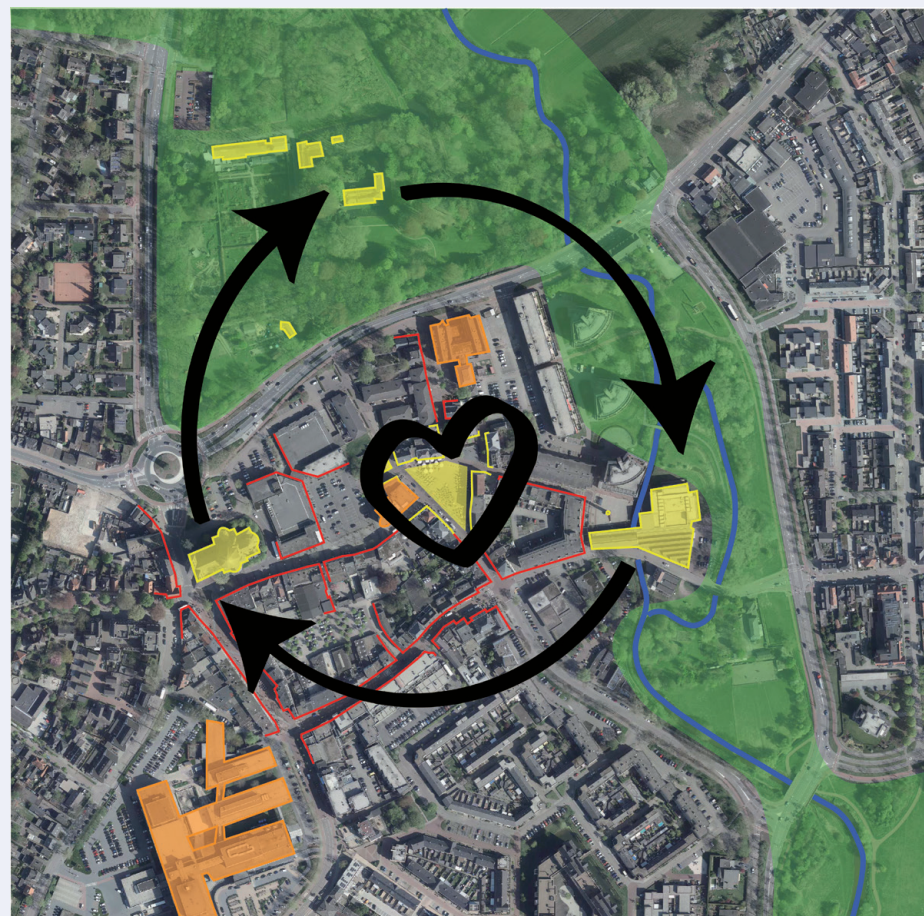


## 4.2.2 'Iconen'

Het Horecaplein is een plek waar mensen graag komen, een plek die mooi is vorm gegeven en die hoog scoort bij bezoekers. We hebben daarnaast nog meer troeven in huis. Denk aan Landgoed het Kasteel Geldrop, de St. Brigidakerk, het Weverijmuseum met Centrum Hofdael, de Kleine Dommel en het St. Anna Ziekenhuis.

Alle iconen liggen rond het kernwinkelgebied en het Horecaplein. Hier liggen kansen voor de toekomst om deze met elkaar te verbinden, ruimtelijk, maar ook in bijvoorbeeld evenementen, samenwerking en promotie. Het carré en het Horecaplein vormen het kloppend hart en moeten altijd in samenhang worden gezien. Alle ingrepen in het stedenbouwkundig weefsel of de structuur van het centrum moeten meerwaarde hebben voor het versterken van de functies in en rondom het centrum.

Legenda	
	bebouwingscontouren
	iconen
	belangrijke gebouwen
	verbinden iconen
	met hart voor het centrum



Plattegrond met de verbinding tussen de iconen.

### 4.2.3 Uitgangspunten en opgaven voor de uitvoeringsagenda Vitaal

#### *Uitgangspunten*

- motieven, wensen en behoeften van de bezoekers en gebruikers staan centraal
- balans tussen productiviteit en innovatie
- samenhang tussen functies en locaties
- authenticiteit en eigenheid van het centrum
- groen het centrum 'intrekken'
- actieve verbindingen leggen tussen de omliggende natuur, onze iconen en het ziekenhuis om de attractieve waarde van het centrum te verhogen
- 'verweven' verder uitbouwen om het centrum te positioneren en te promoten
- behoud van karakteristieken in het centrum

#### *Opgaven voor de uitvoeringsagenda*

- bevorderen wonen boven winkels
- bekijken waar flexibel bestemmen mogelijk is
- stimuleren wonen in het centrum voor jeugd, starters en ouderen
- actief inspelen op ontwikkelingen in mobiliteit en duurzaamheid
- verbeteren vestigingsklimaat voor ondernemers
- aandacht en ruimte voor starters, duurzame en innovatieve ondernemers, nieuwe concepten en experimenten
- afstemmen vraag en aanbod en verder onderzoek verrichten

#### *Wat pakken we nu al op?*

- opstellen kansenkaart voor woningbouw
- samen met Stichting Villagemarketing 'Verweven' op de kaart zetten
- tijd van bedrijvencontactfunctionaris structureel reserveren voor centrum Geldrop



*Het Weverijmuseum heeft een nieuwe huisstijl die duidelijk verwijst naar het Verweven thema. Foto: Marco Magielse.*

## 4.3 Gastvrij

***“Een gastvrij centrum geeft bezoekers en gebruikers het gevoel dat ze welkom zijn”***

Gastvrijheid is een zintuigelijke en daarmee een subjectieve ervaring. We nemen veel zaken waar die bewust en onbewust een positieve of negatieve beïnvloeding op onze ervaring hebben. En al deze waarnemingen kleuren onze ervaringen. Dat geldt natuurlijk ook voor de bezoekers en gebruikers die een bezoek aan het centrum brengen. Om er boodschappen te doen, te winkelen, een hapje te gaan eten, een evenement of museum te bezoeken of voor zomaar een wandeling door het Kasteelpark of langs De Dommel.

Hoe positiever zijn ervaring, hoe groter de kans dat hij nog eens terugkomt. Hoe groter ook de kans dat hij iemand anders een bezoekje aan het centrum aanraadt. Een tevreden bezoeker is immers een ambassadeur voor het centrum. Of die bezoeker aan het eind van de dag met een tevreden gevoel naar huis gaat, hangt dus van veel factoren en actoren af. Ieder van de stakeholders in het centrum heeft hierin zijn eigen taak en verantwoordelijkheid. Sommige

factoren liggen buiten de directe invloedssfeer maar veel factoren zijn te beïnvloeden. Bezoekers en gebruikers moeten geboeid blijven en een binding ervaren, dan levert het centrum voor hen een sociale meerwaarde op.

De factoren van invloed op de beleving van de bezoeker worden samengevat in vier uitgangspunten:

- Bij het verplaatsen naar en binnen het centrum spelen ‘bereikbaarheid en informatie’ een belangrijke rol.
- Eenmaal aangekomen ervaar je de ‘openbare ruimte’ van het centrum.
- Tijdens de interactie in het centrum wil de bezoeker ‘vriendelijkheid en veiligheid’ ervaren.
- ‘Horeca en vrije tijd’ zijn belangrijke bezoekmotieven voor een bezoek aan het centrum. Naast het Horecaplein zijn cultuur en evenementen belangrijke ingrediënten voor een prettig bezoek. Het Horecaplein is nu een sterke troef in bezoekmotief en het ervaren van gezelligheid in het centrum.



*Aangenaam verblijven en recreëren in het hart van een Gastvrij Geldrop. Foto: Mick de Greef*



*Cultuur in het hart van een Gastvrij Geldrop. Foto: Mitchell van Eijk in opdracht Stichting Villagemarketing Geldrop-Mierlo.*



#### 4.3.1 Evenementen

Toename van functies en activiteiten als evenementen leiden tot dynamiek, maar wellicht ook tot behoefte aan rust. Er moet een balans worden gezocht in de diverse belangen en wensen. Evenementen zijn er voor de bewoners van Geldrop en voor de bezoekers, voor jong en oud. Bij evenementen moet er een kwalitatieve afweging mogelijk zijn waarbij de meerwaarde voor het centrum, het imago, de werkgelegenheid en het algemeen belang van Geldrop een rol spelen.



Iedere jaar een terugkerend sportief evenement voor jong en oud: de Liberty Loop. Foto: Marco Magielse.



## 4.3.2 Uitgangspunten en opgaven voor de uitvoeringsagenda Gastvrij

***Uitgangspunten gastvrij***

- bereikbaarheid en informatie
- openbare ruimte
- vriendelijkheid en veiligheid
- horeca en vrije tijd

***Opgaven voor de uitvoeringsagenda***

- intensiveren van de samenwerking met alle stakeholders
- ruimte geven en anticiperen op nieuwe ontwikkelingen op mobiliteitsgebied
- stimuleren van de bereikbaarheid per fiets en te voet
- aandacht voor de verbinding van OV punten met het centrum

- routeinformatie, bewegwijzering en parkeerverwijssysteem
- bezoekers moeten op alle wijzen gemakkelijk en goed het centrum kunnen bereiken
- passend vergroenen en verduurzamen
- creëren van een goed geoutilleerde en veilige openbare ruimte
- aandacht voor beeldkwaliteit en de kenmerkende karakteristieken van het centrum om de identiteit te behouden en te versterken
- actief inzetten op gevelsubsidie
- voldoende parkeergelegenheid voor alle doelgroepen
- uitwerken doelgroepenbeleid

- verbinden van de belangrijke iconen en creëren van zichtlijnen (Kasteel, Kerk, Hofdael, Weverijmuseum, Horecaplein, winkelgebied en ziekenhuis)
- stimuleren en ondersteunen van gastvrij ondernemerschap
- creëren van extra bezoekmotieven door passende evenementen, cultuur en beleving en zorgen voor de juiste informatievoorziening
- in beeld brengen van de ruimtebehoefte van evenementen

***Wat pakken we nu al op?***

- evenementennota
- toeristische website Geldrop-Mierlo

De uitvoering van de Centrumvisie Geldrop, betekent het oppakken van nieuwe zaken en het verdiepen van bestaand beleid. Het beeld voor 2030 is dat het eigen karakter van het centrum vorm heeft gekregen en de synergie tussen de iconen duidelijk is. Dynamiek en rust zijn op korte afstand van elkaar te vinden. Er vinden evenementen plaats die iets toevoegen aan het centrum zelf. Het gaat niet om het aantal, maar om de kwaliteit, zowel qua evenement als qua locatie. Er is een passend woningaanbod en goede relaties tussen de stakeholders. Er is ruimte voor ondernemen en aandacht voor de afstemming van vraag en aanbod. Bovenal heerst er een mentaliteit waarbij creatieve en innovatieve ideeën de kans krijgen zonder angst voor chaos.

Het interactieve proces van de Visie op het centrum heeft ons veel goede ideeën opgeleverd. Al deze ideeën worden gekoesterd. Sommige ideeën zijn gemakkelijk op te pakken, terwijl van andere sympathieke ideeën nog moet blijken in hoeverre deze daadwerkelijk te realiseren zijn. Een goede uitvoeringsagenda is dan ook van groot belang. Nadat de gemeenteraad een besluit genomen heeft over deze Centrumvisie, gaan we op dezelfde interactieve manier aan de slag met de uitvoeringsagenda. Dit als direct vervolg op de interactieve dialoogsessies met stakeholders eerder dit jaar. Het centrum is van ons allemaal en nooit af!



*Er wordt volop gediscussieerd tijdens één van de bijeenkomsten. Foto: Marco Magielse*

### Beleidsnotities

- Centrum Geldrop: een plek met hart, ontwikkelingsvisie, 2013
- Economische Visie 2013, economie in beweging
- Strategische Visie 2017, Geldrop-Mierlo, een plek met hart
- Verweven, het verhaal, de rode draad, van Centrum Geldrop, 2016
- Krachten Bundelen voor verandering, kernakkoord raadsperiode 2018-2022
- Variantenstudie verkeersontsluiting, 2018
- Regionale detailhandelsvisie, MRE, 2015
- Supermarktvisie 2016

### Onderzoeksgegevens

- Koopstromenonderzoek in de MRE, 2017
- Feiten en cijfers Brabantse detailhandel, provincie Brabant, 2019
- Locatus Retailmonitor Geldrop-Mierlo 2019
- Passantenonderzoek centrum van Geldrop, Markteffect, 2019
- Huishoudensprofielen Geldrop, Eiffel, 2019
- Advies Regionale Advies Commissie Detailhandel (RACD)

### Publicaties

- INretail. 2017. Retail richting 2030
- NRW, IVBN, INretail. Instrumenten voor een succesvolle transitie van de winkelstructuur
- Platform 31. De economische agenda voor stad en regio
- Platform 31. De nieuwe binnenstad
- Retailagenda. Toolkit sociale meerwaarde
- Retailagenda. Nieuwe richtlijnen voor succesvolle winkelgebieden
- Retailagenda. Samen investeren in succesvolle winkelgebieden
- Retailagenda. Succesvol innoveren in winkels en winkelgebieden
- DTNP, supermarkt cruciale publiekstrekker in centrumgebieden
- Websites Rabobank, ING, ABN AMRO



**Bezoekadres:** De Meent 2, 5664 GC Geldrop | **Postadres:** Postbus 10101, 5660 GA Geldrop | **T** (040) 289 38 93 | **E** [gemeente@geldrop-mierlo.nl](mailto:gemeente@geldrop-mierlo.nl)  
[www.geldrop-mierlo.nl](http://www.geldrop-mierlo.nl) | [facebook.com/gemeente.geldropmierlo](https://facebook.com/gemeente.geldropmierlo) | [twitter.com/gGeldrop\\_Mierlo](https://twitter.com/gGeldrop_Mierlo)

