

CENTRUMVISIE OIRSCHOT **CONTEXT EN ANALYSE**

25 NOVEMBER 2022



CENTRUMVISIE OIRSCHOT CONTEXT EN ANALYSE

25 NOVEMBER 2022

Status:

Eindrapport

Datum:

25 november 2022

Een product van:

Bureau Stedelijke Planning bv

Silodam 1E

1013 AL Amsterdam

020 - 625 42 67

www.stedplan.nl

amsterdam@stedplan.nl

i.s.m. Bureau Buhrs

Team Winkelen

Drs. Femke Wokke

Drs. Toine Hooft

Voor meer informatie:

Review:

Drs. Toine Hooft

In opdracht van:

Gemeente Oirschot

Oirschot

De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor deze is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Disclaimer: Deze visie is grotendeels opgesteld in 2021, waarbij ook onderliggende data dateren uit 2020. (Retail)ontwikkelingen na die periode binnen de gemeente Oirschot zijn niet opgenomen.

Projectnummer: 20200313

Referentie: Centrumvisie Oirschot

1	INLEIDING	6
1.1	DE AANPAK	
1.2	HET RESULTAAT	
2	OIRSCHOT (CENTRUM) IN BEELD EN CIJFERS	10
2.1	LEVEND ERFGOEDDORP VAN DE BRAINPORTREGIO	
2.2	BEVOLKING, ECONOMIE EN TOERISME	
2.3	RETAILAANBOD (CENTRUM) OIRSCHOT	
2.4	BELEIDSKADERS, TRENDS & ONTWIKKELINGEN, MARKTMOGELIJKHEDEN	
2.5	SWOT-ANALYSE EN SWOT-CONFRONTATIE	
3	POSITIONERING OIRSCHOT CENTRUM	25
3.1	PROCES	
3.2	BRANDSHEET OIRSCHOT	
4	BEHOEFTE ANALYSE	31
4.1	BEHOEFTE DAGELIJKSE DETAILHANDEL	
4.2	BEHOEFTE NIET-DAGELIJKSE DETAILHANDEL	
4.3	BEHOEFTE OVERIGE CENTRUMFUNCTIES	
4.4	CONCLUSIE: MARKT(ON)MOGELIJKHEDEN OIRSCHOT	
	BIJLAGE 1 DISTRIBUTIEVE TOETS	
	BIJLAGE 2 DEFINITIES	
	BIJLAGE 3 -PARTICIPATIERAPPORT BUREAU BUHRS	
	BIJLAGE 4 VERSLAG EN OPBRENGST ALLIANTIELAB	

1 INLEIDING

De Brainportregio Eindhoven is booming. De gemeente Oirschot is een – deels nog onontdekte - parel binnen de regio. Met haar bourgondisch centrum, een levend erfgoeddorp omringd door natuur en de strategische ligging en bereikbaarheid voegt Oirschot unieke kwaliteiten toe aan het woon- en leefmilieu en ondernemersklimaat in de regio.

Het centrum is het visitekaartje van de gemeente. Trends en ontwikkelingen als internetwinkelen (welke een extra vlucht heeft genomen in coronatijd) en majeure opgaven rondom mobiliteit, klimaat, participatie en inclusiviteit vragen om een vernieuwde centrumvisie en aanpak.

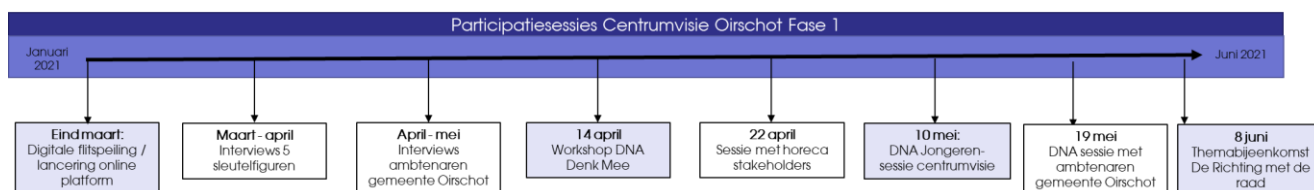


FIGUUR 1 AANLEIDING CENTRUMVISIE OIRSCHOT

Bron: Bureau Stedelijke Planning

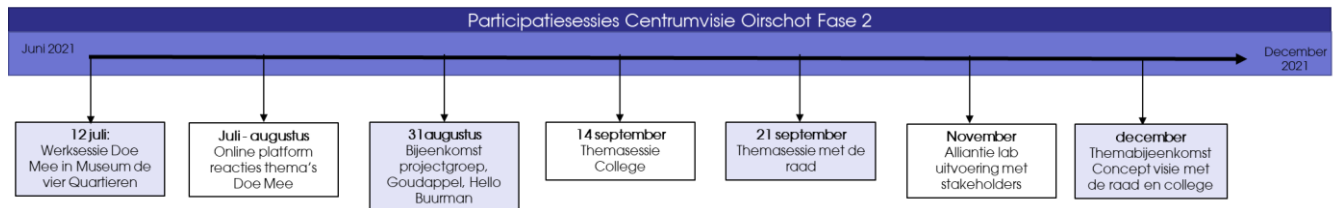
1.1 DE AANPAK

Een realistische en haalbare visie die gezamenlijk (in co-creatie) tot stand is gekomen is minstens zo belangrijk als de visie zelf voor de gemeente Oirschot. Een gedragen visie waarin alle stakeholders zich herkennen zal immers makkelijker tot uitvoering komen. Om tot een eensluidende gezamenlijke visie voor het centrum te komen en tot actie over te gaan is een intensief participatietraject doorlopen met bewoners, ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente (ambtelijk, college en Raad).



FIGUUR 2 PARTICIPATIEPROCES FASE 1: DE RICHTING

Bron: Bureau Stedelijke Planning



FIGUUR 3 PARTICIPATIEPROCES FASE 2: DE UITVOERING

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Wekelijks was er een kort voortgangsoverleg met de projectgroep. De stuurgroep is maandelijks bijeengekomen.

Bureau Stedelijke Planning heeft de centrumvisie begeleid en opgesteld. Voor specifieke onderdelen zijn bijdragen geleverd door Bureau Buhrs (positionering en participatie), Goudappel (verkeer en parkeren) en HELLO Buurman (visualisaties). Hun bijdragen zijn in deze centrumvisie verwerkt



IMPRESSIE PARTICIPATIESESSIE DOE MEE IN MUSEUM DE VIER QUARTIEREN

Bron: Bureau Stedelijke Planning

1.2 HET RESULTAAT

Het resultaat is een **haalbare en realiseerbare visie die gedragen wordt door de stakeholders** en het spoorboekje vormt voor de verdere ontwikkeling van het centrum van Oirschot. De visie en aanpak voorzien in:

- een aansprekende positionering van Centrum Oirschot, nu en naar de toekomst;
- een stip op de horizon: de haalbare, realistische en toekomstbestendige voorzieningenstructuur en ruimtelijk-functionele opzet voor het centrum (de juiste functie op de juiste plek), leidend tot weinig tot geen leegstand, meer reuring, bezoek en bestedingen én woongenot;
- de realisatiestrategie, de route om de visie ook werkelijkheid te laten worden, en;

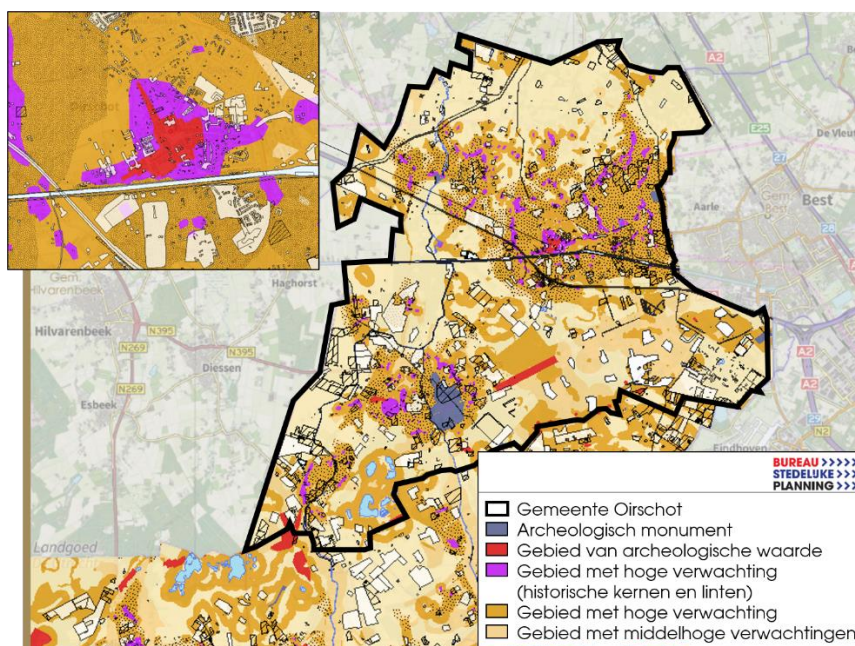
- een concreet uitvoeringsprogramma, inclusief financiële paragraaf. N.B.: De komende maanden worden nog benut om het uitvoeringsprogramma en de financiële paragraaf af te ronden, en de reacties vanuit de inspraak te verwerken. In het voorjaar van 2022 is de finale versie gereed voor bestuurlijke besluitvorming in juni 2022.

Dit document omvat de 'context en de analyses' ter ondersteuning aan de visie voor het centrum van Oirschot en verslag van het participatie proces onder leiding van Bureau Buhrs

CONTEXT & ANALYSE

HET ERFGOED >>

Oirschot heeft een hoge "monumentendichtheid", een belangrijke troefkaart. De gemeente Oirschot telt maar liefst 187 rijksmonumenten, 145 gemeentelijke monumenten 6 beschermde archeologische monumenten, diverse andere cultuurhistorisch waardevolle objecten en beschermde dorpsgezichten¹. Belangrijkste blikvangers zijn de Sint-Petrusbasiliek, het Oude Raadhuis (beide aan de Markt) en de Maria-kerk of Boterkerkje.



VEELZIJDIGE NATUUR EN WATER >>

Oirschot wordt omringd door elf natuurgebieden en wordt ook wel de poort der Kempen genoemd. Er is een grote variatie van oud agrarisch cultuurgebied, bos- en heidegebieden en landgoederen. Enkele van die gebieden zijn: de Kampina en Mortelen, de Oirschotse, Kuikeindse en Landschotse heide en de landgoederen Heerenbeek en Baest.

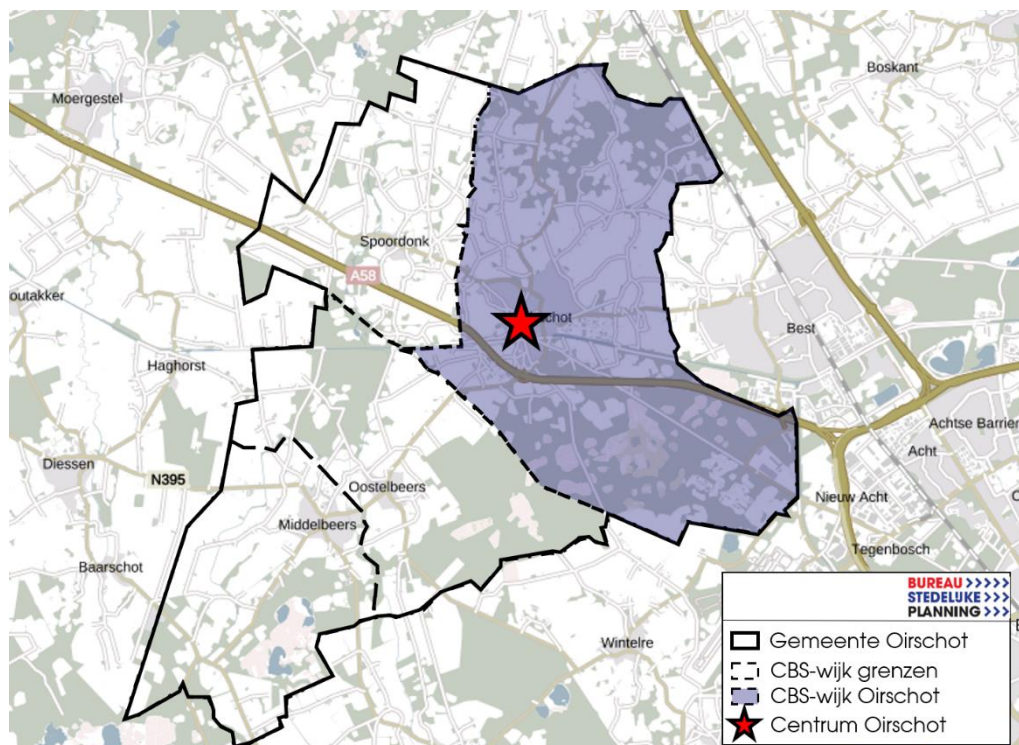


IMPRESSIE NATUURGEBIEDEN RONDON OIRSCHOT (BEEKDAL VAN DE BEERZE, DE KAMPINA EN OIRSCHOTSE HEIDE)
Bron: Visit Oirschot

Ten zuiden van Oirschot loopt het Wilhelminakanaal, waarlangs zich fraaie bermen en een fietspad bevinden. De aanleg van het Wilhelminakanaal was ooit de aanjager voor de industrie, maar wordt nu nog maar spaarzaam gebruikt. .

2.2 BEVOLKING, ECONOMIE EN TOERISME

De gemeente Oirschot bestaat uit de plaats Oirschot, de dorpen Spoordonk, Middelbeers en Oostelbeers en diverse buurtschappen. In de gemeente wonen 18.714 inwoners, waarvan 10.865 in de plaats Oirschot (58% van de populatie).



FIGUUR 6 GEMEENTE OIRSCHOT EN DE 4 CBS-WIJEN

Bron: Bureau Stedelijke Planning op achtergrondkaart PDOK

	INW.	% 0-15	% 15-25	% 25-45	% 45-65	% 65+	GEM. HH. GR.	GEM. INK. / INW.
Plaats Oirschot	10.865	14%	11%	20%	31%	24%	2,3	€ 27.300
Gemeente Oirschot	18.714	14%	12%	20%	32%	22%	2,4	€ 27.300
Nederland		16%	12%	25%	28%	19%	2,1	€ 26.000

TABEL 1 DEMOGRAFISCHE KENMERKEN BEVOLKING

Bron: Bureau Stedelijke Planning op basis van CBS Statline 2020 (inkomen 2018)

De bevolking in Oirschot raakt vergrijsd. In de plaats Oirschot is bijna een kwart van de bewoners 65+, dit ligt landelijk beduidend lager (19%). Ook de groep 45 tot 65-jarigen is oververtegenwoordigd in Oirschot, zowel in de plaats als gemeente.

Inwoners van Oirschot zijn gemiddeld iets welvarender dan de gemiddelde Nederlander; inkomens liggen 5% boven het landelijk gemiddelde.

Een opmerkelijk feit. Uit CBS-onderzoek naar vermogens van Nederlandse huishoudens blijkt dat **Oirschot in de top 10 staat van meest vermogende gemeenten in Nederland².**

² Bron: <https://www.ed.nl/kempen/oirschot-in-top-tien-met-meest-vermogende-inwoners-hoe-rijk-is-jouw-gemeente~a3aa802b/>

Woningbouw en bevolkingsontwikkeling

In 2019 is de Woondeal gesloten tussen de gemeenten van het Stedelijk Gebied Eindhoven, waar Oirschot onderdeel van is. Oirschot wil ook een bijdrage leveren aan de versnelling van woningbouw in de regio. Tot 2030 is het de ambitie om ca. 1.250 woningen bij te bouwen, dat zijn er ca. 125 per jaar³.

De gemeente Oirschot heeft momenteel een plancapaciteit van harde en zachte plannen van 740 woningen. Het gros hiervan is zacht (80%), dat wil zeggen in voorbereiding, waarvan een deel niet tot realisatie komt. Om de woningbouw-ambities waar te maken zullen dus nog nieuwe projecten moeten worden gestart.



Kern	Huidige plancapaciteit 2020 t/m 2025 (afgerond op tientallen)
Middelbeers	70
Oirschot	500
Oostelbeers	40
Spoordonk	90
Diversen	40
Totaal	740

FIGUUR 7 WONINGBOUWLOCATIES OIRSCHOT EN PLANCAPACITEIT GEMEENTE

Bron: Actieplan woningbouw Oirschot 2.0 - juni 2021

Op basis van een huishoudensgrootte van 2,3 betekent dit dat het aantal inwoners in de gemeente Oirschot in 2030 is toegenomen met bijna 3.000 inwoners. In 2030 wonen er dan circa 21.600 inwoners in de gemeente Oirschot.

OVERIGE DOELGROEPEN >>

Naast bewoners van de gemeente, heeft het centrumgebied van Oirschot ook een functie voor andere doelgroepen: werknemers en bezoekers.

Economie en werknemers

Oirschot was vanouds een agrarische plaats met een bestuurlijke en centrumfunctie. Naast brouwerijen kwam ook andere industrie naar Oirschot, gestimuleerd door de aanleg van het Wilhelminakanaal. Ook de autosnelweg van Eindhoven naar Tilburg loopt langs Oirschot.

Van groot belang was de meubelindustrie. In de hoogtijdagen waren er acht fabrikanten die stoelen en andere houten meubelen vervaardigden. Tegenwoordig zijn er nog enkele kleine meubelfabrieken. Kees Verhouden Meubelen heeft behalve een meubelmakerij ook een woonwinkel voor consumenten.

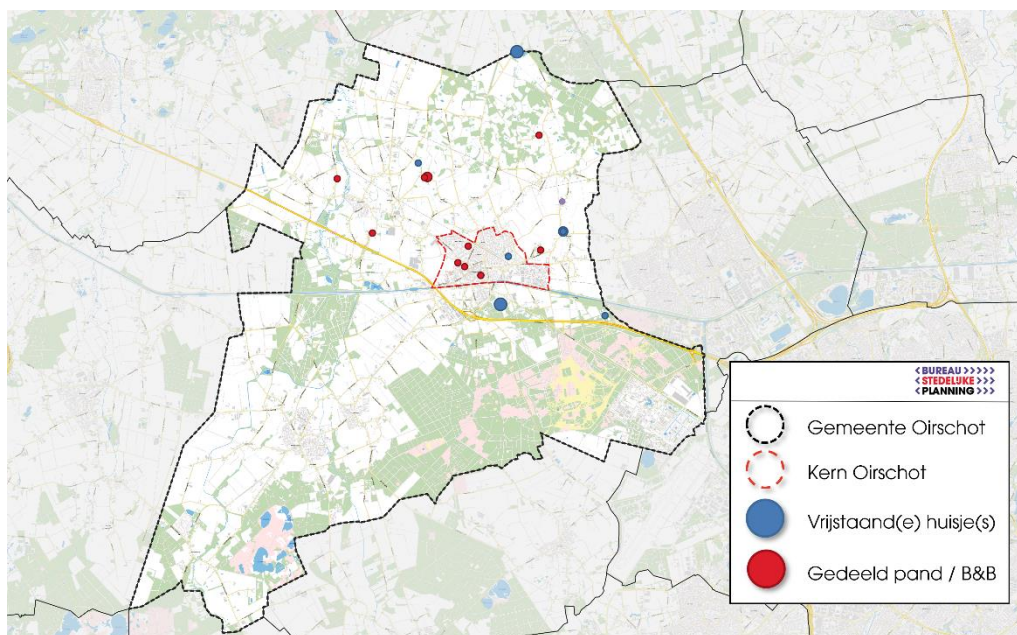
³ Actieplan Woningbouw Oirschot 2.0

Belangrijke bedrijven zijn Heras (hekwerken en poorten) en Bouwbedrijf De Meeuw (bouwketen en prefab tijdelijke woningen). Daarnaast is defensie een grote werkgever met Legerplaats Oirschot en veel activiteiten op de Oirschotse Heide. Veel personeel van deze kazerne woont in Oirschot.

Anno 2019 zijn er in de gemeente Oirschot 2.215 bedrijven gevestigd waarvan de meeste bedrijven (480) in de zakelijke dienstverlening⁴. In 2018 waren er in Oirschot 10.500 werknemersbanen⁵.

Toerisme en bezoekers

De gemeente Oirschot kent een aantal vakantieparken en verhuurders van recreatiewoningen, B&B's en groepsaccommodaties. Er zijn zes aanbieders van vrijstaande huisjes binnen de gemeente, totaal gaat het om 21 vakantiehuisjes.⁶ Daarnaast zijn er tien aanbieders van een gedeeld pand, voornamelijk ingevuld al Bed & Breakfast. Vier van deze aanbieders bevinden zich in de kern Oirschot en de overige in het buitengebied. Binnen de gehele gemeente is er geen reguliere verblijfsaccommodatie zoals een hotel aanwezig.



FIGUUR 8 AANBOD VAKANTIE ACCOMMODATIES GEMEENTE OIRSCHOT

Bron: BRT Achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning

Er zijn geen precieze bezoekersaantallen van Oirschot Centrum bekend. Visit Oirschot beschikt wel over het aantal bezoekers aan de Brandstore in het centrum van Oirschot, in het oude Raadhuis. Hier wordt toeristeninformatie gegeven en tevens zijn er verschillende ruimtes te huur (voor o.a. bruiloften). In 2019 had de Brandstore ruim 4.650 bezoekers. Dit nam in 2020 af door de Coronacrisis naar

⁴ Bron: CBS Opendata 2019 (Regionale kerncijfers Nederland)

⁵ Bron: <https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2019/51/werknemersbanen-per-regio-en-per-gemeente>

⁶ Bron: Booking.com en Google

1.650. In 2021 verwacht Visit Oirschot iets boven het niveau van 2019 te komen (4.700 bezoekers). De zomermaanden vormen de piek van het aantal bezoekers.

2.3 RETAILAANBOD (CENTRUM) OIRSCHOT

Wat houdt de term retail in?

Retail is de verzamelnaam voor bedrijven die goederen en diensten direct aan consumenten verkopen. Detailhandel wordt vaak retail genoemd, echter is retail breder dan winkels. In deze centrumvisie vallen de volgende typen verkooppunten onder retail⁷:



Binnen retail is detailhandel nog steeds de grootste sector. In het centrum van Oirschot valt 45% van de verkooppunten en 56% van de meters onder detailhandel. Het is tegelijkertijd ook de sector met die het meest onderhevig is aan veranderend consumentengedrag. Detailhandel maakt door deze problematiek steeds meer plaats voor andere retailfuncties, als horeca.

Leisure verdient een extra toelichting. Dit is een zeer heterogene sector met een zeer divers aanbod. Zo behoren sportvoorzieningen als een fitnessruimte, schaatshal en klimhal er toe, maar ook een sauna. Daarbij valt ook cultuur onder leisure. Denk aan een museum, theater en bioscoop.

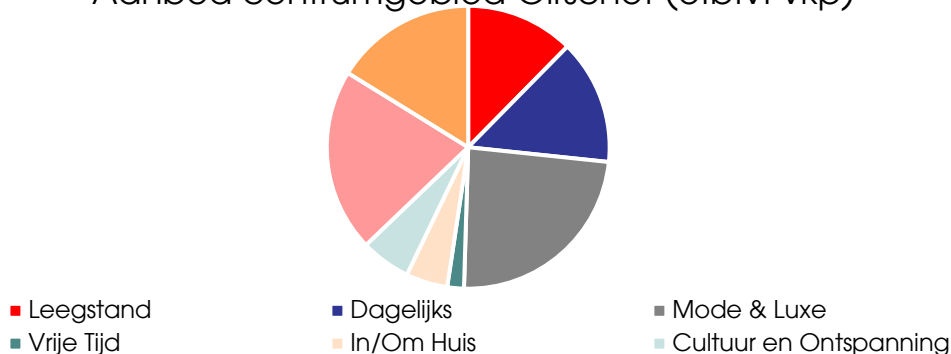
De gemeente Oirschot telt drie winkelgebieden: Centrum Oirschot, Centrum Oost West Middelbeers en bedrijfsterrein De Stad. De overige winkelmeters zijn gelegen buiten de winkelgebieden en vallen onder verspreide bewinkeling. Centrum Oirschot is de grootste concentratie van retail.

⁷ Binnen Locatus valt horeca onder de sector leisure. We maken in deze analyses het onderscheid tussen horeca en de overige leisurefuncties.



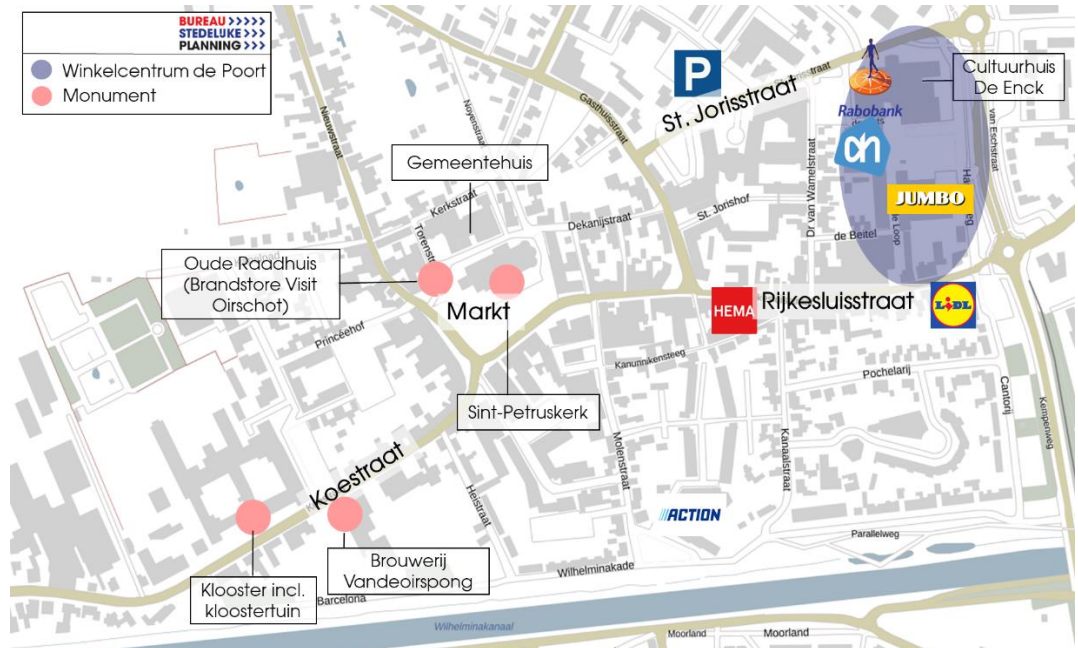
Meer dan de helft van de verkooppunten in de gemeente Oirschot bevindt zich in het centrum van Oirschot (105 verkooppunten van 203). Het centrumgebied beschikt over ruim 15.000 m² wvo (winkelvloeroppervlak). Het aanbod in het centrum is vrij divers. De meeste verkooppunten in het centrum van Oirschot bevinden zich in de Mode & Luxe branche (25) en horeca (22). Het dagelijks segment neemt met bijna 4.600 m² wvo het meeste meters in beslag, dit komt met name door de supermarkten gelegen in het centrum. In het centrum waren tot voor kort twee hotels gelegen. Hotel de Moriaan en Hotel de Kroon zijn gesloten en worden omgebouwd tot appartementen. Door deze ontwikkeling zijn er in centrum Oirschot geen hotels meer te vinden.

Aanbod centrumgebied Oirschot (o.b.v. vkp)



Bron: Bureau Stedelijke Planning op basis van Locatus februari 2020

Het centrum Oirschot kent ook diverse monumenten, die momenteel fungeren als trekkers of dit in de toekomst kunnen zijn. Een selectie is weergegeven in onderstaande afbeelding. Ook de Brandstore van Visit Oirschot is gevestigd in een monument aan de Markt: het oude Raadhuis. Hier worden toeristen voorzien van informatie, maar zijn ook diverse ruimtes te huur voor bijvoorbeeld exposities. In de oude raadskelder worden tevens bruiloften gefaciliteerd.



FIGUUR 11 CENTRUMGEBIED MET DE (TOEKOMSTIGE)TREKKERS EN MONUMENTEN

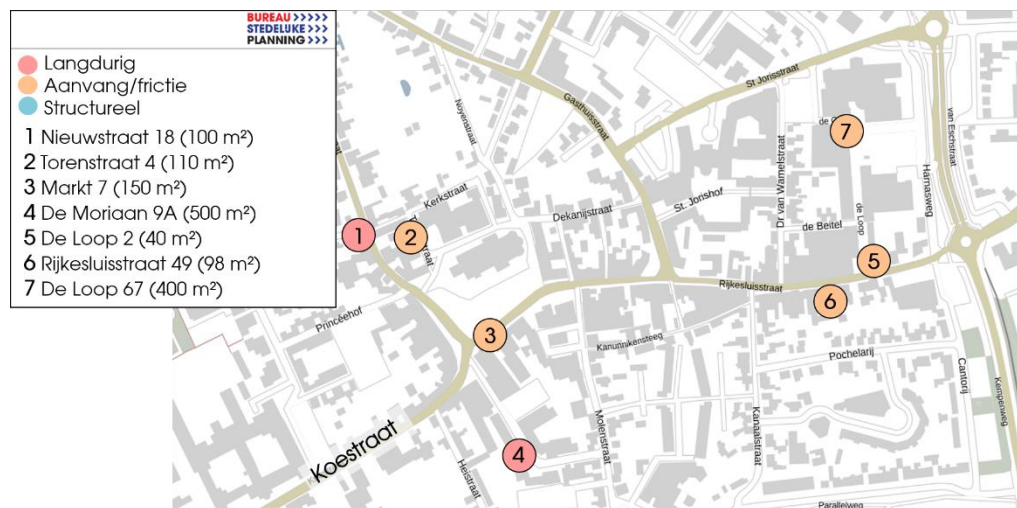
Bron: Bureau Stedelijke Planning

Het centrum kenmerkt zich doordat het bestaat uit twee polen. Enerzijds de historische Markt waarbij de horeca, enkele boetiekjes, het monumentale erfgoed decor en de weekmarkt (op dinsdag) bezoekers vanuit en van buiten Oirschot trekken. Anderzijds het moderne winkelcentrum De Poort gericht op de dagelijkse verzorging van de inwoners van de gemeente met supermarkten Albert Heijn en Jumbo aangevuld met enkele dagwinkels. Parkeren is mogelijk zowel op maaiveld als in de parkeergarage. Ook de derde supermarkt Lidl is nabij winkelcentrum de Poort gevestigd, maar is kleiner qua omvang en parkeermogelijkheden. De Rijkessluisstraat was voorzien als de verbingsstraat tussen de twee commerciële polen maar enkele panden langs deze eenrichtingsweg verliezen hun winkelfunctie en zijn getransformeerd naar woningen. Hierdoor ontbreekt synergie tussen De Markt en winkelcentrum de Poort.

LEEGSTAND >>

In het centrumgebied stonden in februari 2020 (meest recente opnamedatum van Locatus) 13 verkooppunten leeg (ruim 2.000 m² wvo). Dat komt neer op 12% van het aantal verkooppunten. Dat is meer dan gemiddeld in de gehele gemeente

Oirschot (resp. 10%) en gemiddeld in Nederland (7,3% conform Locatus⁸). Inmiddels zijn een groot aantal panden getransformeerd naar woningen (met name in de Rijkessluisstraat). De leegstand is daarmee afgenomen tot 7 verkooppunten (zie onderstaande figuur).



FIGUUR 12 LEEGSTAND IN HET CENTRUM VAN OIRSCHOT, LANGDURING: > 3 JAAR, AANVANG/FRICTIE <1 JAAR, STRUCTUREEL: 1-3 JAAR.

Bron: Bureau Stedelijke Planning op achtergrondkaart PDOK en op basis van Locatus

2.4 BELEIDSKADERS, TRENDS & ONTWIKKELINGEN, MARKTMOGELIJKHEDEN

RELEVANTE GEMEENTELIJKE BELEIDSKADERS >>

Oirschot Toekomstvisie 2030 (april 2011)

In de toekomstvisie van Oirschot zijn een drietal ambities voor 2030 beschreven:

1. Een kwalitatieve, groene gemeente;
2. Een gemeente die bewust stuurt op samenhang met de omgeving;
3. Een zelfredzame gemeente.

De drie ambities handhaven het imago 'Monument in het groen' en voegen 'kwalitatief leven' daar nog aan toe. Om de ambities waar te kunnen maken is het volgende van belang:

- Samenwerking: verschillende samenwerkingsverbanden zoeken zodat Oirschot haar opgaven kan waarmaken;
- Huidige omvang behouden: Om te anticiperen op bevolkingskrimp, juist 'kenniswerkers' van o.a. Brainport aantrekken. Om dit te bewerkstelligen moet geïnvesteerd worden in passende voorzieningen voor jonge gezinnen maar er moet ook oog blijven voor 'vitale senioren' en de 'eigen jeugd'.

⁸ Bron: [https://locatus.com/blog/na-jaren-van-herstel-neemt-de-leegstand-weer-flink-toe/#:~:text=Na%20een%20aantal%20jaren%20van,7%2C5%25\)%20in%202015.](https://locatus.com/blog/na-jaren-van-herstel-neemt-de-leegstand-weer-flink-toe/#:~:text=Na%20een%20aantal%20jaren%20van,7%2C5%25)%20in%202015.)

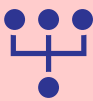
Omgevingsvisie Oirschot (september 2017)

De omgevingsvisie is opgesteld na het verschijnen van diverse strategische beleidsdocumenten (o.a. Toekomstvisie) en concretiseert het beleid in een concrete visie voor de leefomgeving. In de visie zijn een aantal thema's en een aantal gebieden uitgewerkt. Het winkelcentrum van Oirschot vormt het zwaartepunt van de detailhandel, en is een van de gebieden die verder in de visie is uitgewerkt. Om de aantrekkingskracht van het centrum te bevorderen en in stand te houden, zijn er vier aandachtspunten beschreven:

- Het historische dorpshart met de vele monumentale gebouwen als pronkstuk;
- Aanbod van winkels, horeca en de Markt als ontmoetingsplek en evenemententerrein;
- Bereikbaarheid en parkeermogelijkheden van het centrum;
- Het behoud van het vele monumentale erfgoed.

TRENDS EN ONTWIKKELINGEN >>

DETAILHANDEL	
 FOOD WINT AAN BELANG Waar de niet-dagelijkse detailhandel door generieke ontwikkelingen onder druk staat, drukt de foodsector juist een steeds grotere stempel op winkelgebieden in de grote stad. De merendeels jonge en hoogopgeleide bevolking met grootstedelijke levensstijl identificeert zich sterk met zijn eetgedrag.	 INHAALSLAG SUPERMARKT Supermarkten profiteren van de inhaalslag die food in de winkelstraten maakt. De omzet in de fysieke supermarkt groeit nog steeds en supermarkten fungeren als dragers van centrumgebieden.
 GROTE IMPACT E-COMMERCE Van het totaal aantal bestedingen in detailhandel het aandeel online bestedingen steeds groter. Met name het aandeel in de niet-dagelijkse sector is hoog, maar ook in de dagelijkse boodschappen neemt het aandeel online bestedingen toe. Een verdere groei zal niet uitblijven en retailers moeten inspelen op de veranderende wensen van de consument en ze ook bedienen met een goede webshop.	 TRADITIONELE VERDIENMODEL VERANDERT Tegenwoordig dienen fysieke winkels vaker als een showroom of als centrum van beleving dan als plek van transactie. Grote ketens willen aanwezig zijn in de winkelstraat om hun producten en concepten te tonen. Ze zijn zich ervan bewust dat klanten meer en meer gebruik maken van het internet als aankoopplaats.
OVERIGE VOORZIENINGEN	

 HORECA IS EEN GROEISECTOR Het aanbod en de diversiteit aan horeca was sterk groeiend de afgelopen jaren. Ook na de coronacrisis zal deze trend zich vermoedelijk doorzetten. De consument besteedt zijn of haar tijd graag buiten de deur en heeft daar een andere perceptie van de prijs van eten en drinken. Ook in kleinere centra en ondersteunende gebieden is horeca niet alleen het verlengstuk van een bezoek aan een winkel, maar ook andersom.	VERNIEUWING EN BLURRING Horeca maakt meer en meer een onderdeel uit van andere sectoren. Anderzijds is er ook binnen de sector van vervaging sprake. Horecagelegenheden mengen verschillende functies of veranderen hun concept naar tijdstip. Zo zijn er verschillende dag-horecagelegenheden die 's nachts de tafels aan de kant zetten voor een feestje. 
 DE FINANCIËLE DIENSTVERLENING STAAT GEMIDDELD ONDER DRUK Binnen de dienstverlening hebben met name de sectoren die geen product leveren en/of vervaardigen het moeilijk. Zo zijn consumenten voor hun bankzaken, reis boeken en een nieuwe baan zoeken steeds meer georiënteerd op internet, wat leidt tot sluiting van fysieke vestigingen. De aankondiging van het sluiten van de Rabobank vestiging in Oirschot past binnen deze trend.	VERHUUR VIA ANDERE KANALEN Andere kanalen dan in het verleden worden gebruikt voor verhuur. Zo worden auto's niet per definitie verhuurd meer via de autoverhuurder maar bijvoorbeeld van de burens (via SnappCar) of door reiskosten te delen door mee te rijden (BlaBlaCar). Ook voor bijvoorbeeld het huren van gereedschap verandert dit. Via Peerby kan men kijken wat de burens willen uitlenen. 
 MAATSCHAPPELIJKE VOORZIENINGEN ALS DRAGERS In winkelgebieden wordt de combinatie met andere (maatschappelijke) voorzieningen steeds belangrijker. Zo worden onder andere dokterspraktijken, scholen en ondersteunende dienstverlening als kappers in een steeds grotere mate geconcentreerd binnen of nabij dorpscentra. Op deze manier versterken de verschillende voorzieningen elkaar en ontstaat een kloppend hart van het dorp. .	VRIJETIJDSGEBRUIK GROEIT Leisure is een groeiemarkt. Afgelopen decennia nam de welvaart toe en de vrije tijd af. Dit zorgt ervoor dat men hun vrije tijd optimaal wil benutten en gebruikt maakt van vrijetijdsvoorzieningen. Afgelopen jaren is de vrijetijds participatie (deelname aan tenminste één vrijetijdsactiviteit buitenshuis) in Nederland gestegen. In 2018 bedroeg dit 98,7%, voor bezoeken aan attracties was dit 79% en voor sportactiviteiten 64%.⁹ 

⁹ Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2019, CELTH, CBS, NBTC en Pleasureworld

WONEN	
WONEN EN ZORG In de komende tien jaar gaat het aantal 75-plussers verdubbelen. Naar aanleiding van veranderingen in de Wet Maatschappelijke Ondersteuning (Wmo) wordt van senioren verwacht dat zij zo lang mogelijk zelfstandig blijven wonen met zorg op maat. De vraag naar levensloopbestendige woningen zal ook in Oirschot flink toenemen. 	WONEN MET GELIJKGESTEMDEN Maar liefst 43% van de Nederlandse bevolking geeft aan eenzaam te zijn en 10% voelt zich ernstig of zeer ernstig eenzaam. Woonconcepten met gedeelde voorzieningen spelen op deze ontwikkeling in door ontmoetingen te faciliteren. Zo zien we voor ouderen de opkomst van woonvormen waarbij een zelfstandige woning gecombineerd wordt met samen voorzieningen delen, activiteiten ondernemen of elkaar helpen wanneer nodig. 

URGENTIE KEUZES MAKEN EN SAMENWERKEN GROTER DOOR CORONACRISIS >>

Detailhandel staat veelal voor een reductieopgave. De urgentie voor het maken van keuzes waar wel en geen detailhandel gewenst is wordt alleen maar vergroot door de Coronacrisis waar we sinds maart 2020 mee te maken hebben. De pandemie heeft door de verplichte sluiting van horecazaken en sterk teruglopende bezoekersaantallen in de winkelstraten (mensen blijven zo veel mogelijk thuis) zijn weerslag op het retailaanbod.

De concurrentieslag met het online-aanbod krijgt daarbij een extra impuls nu de consument nog meer went aan deze manier van boodschappen doen en winkelen. Het maken van scherpe keuzes voor de structuur in het centrum van Oirschot (met concentratie, transformatie) wordt daarmee nog urgenter. Dit geldt eveneens voor de relevantie van een onderscheidende positionering en professionele marketing voor het centrum. Om dit te bereiken is naast een duidelijke visie ook een goede samenwerking tussen ondernemers en eigenaren van essentieel belang voor de kracht en toekomstbestendigheid van het gebied. Een gedegen samenwerking en organisatie met bijbehorende financieringsstructuur vormt de basis.

MARKTMOGELIJKHEDEN >>

- Supermarkten fungeren als dragers van centrumgebieden. Uitgaande van het dpo (zie Bijlage 1) is er momenteel indicatieve uitbreidingsruimte in Oirschot op het gebied van **dagelijkse detailhandel**. Dit zou een optimalisering van het huidige supermarktaanbod kunnen betekenen maar biedt wellicht ook ruimte voor een nieuwe toetreders in de toekomst.
- In Oirschot zien wij geen uitbreidingsmogelijkheden voor **de niet-dagelijkse sector** maar zouden wij het huidige aanbod consolideren en vernieuwen. Met

name frequent niet-dagelijkse detailhandel¹⁰, bijvoorbeeld een cadeauwinkel of een winkel in boek en kantoorartikelen, biedt nog mogelijkheden en daarnaast zien wij blurring als een goede manier van het vernieuwen van het huidige winkelaanbod.

- **Ambachtelijke commerciële diensten** als de kapper en schoenmaker, en maatschappelijke diensten als de tandarts en het kinderdagverblijf zijn in de toekomst idealiter steeds vaker onderdeel van centrumgebieden. Al deze voorzieningen samen trekken allemaal potentiële klanten naar een gebied. Ze zorgen ervoor dat het ontmoetingsplekken blijven en zullen elkaar versterken. In Oirschot is marktruimte voor zowel ambachtelijke commerciële diensten als binnen de particuliere dienstverlening
- **Flexibiliteit:** Generieke ontwikkelingen zoals de opkomst van online winkelen hebben vooralsnog vooral effect op de niet-dagelijkse detailhandel. De prognoses van de invloed van online winkelen op de dagelijkse voorzieningen lopen zeer uiteen. Door het inbouwen van flexibiliteit binnen het programma, waarbij verkleuring naar bijvoorbeeld woningen mogelijk is, kan hier indien nodig op worden ingespeeld.

2.5 SWOT-ANALYSE EN SWOT-CONFRONTATIE

Op basis van voorgaande analyses omtrent de vraag-aanbodverhoudingen, het beleidskader en trends en ontwikkelingen is onderstaande SWOT-analyse opgesteld. SWOT is de afkorting voor Strengths (sterktes), Weaknesses (zwaktes), Opportunities (kansen) en Threats (bedreigingen). De SWOT-analyse is een veelgebruikte methode om inzicht te krijgen in het functioneren van een gebied/locatie. Het gaat om de relatieve positie. Zaken waar invloed op kan worden uitgeoefend zijn te scharen onder de sterke en zwakke kenmerken. Invloeden die van 'buiten' komen en waar geen of nauwelijks invloed op kan worden uitgeoefend, vallen onder de kansen of bedreigingen.

STERKTES	ZWAKTES
• Fraai erfgoed dorp met hoogste monumentendichtheid van Nederland • Veelzijdige groene omgeving (bos, heide, tuinen en landgoederen), met volop recreatiemogelijkheden • Nabijheid van 'grote stad' /Brainportregio	• Rommelig beeld: auto's op de Markt, leegstaande panden, terrassen (door corona) • Weinig cultuur meer nu theaterhuis De Enck en museum Kruijsenhuis gesloten zijn. Geen hotels meer in/nabij centrum. • Lage organisatiegraad
KANSEN	BEDREIGINGEN
• Groeiambities Oirschot (+1.250 woningen) en Brainportregio. Steeds	• Jongeren (en) expats trekken weg door gebrek aan adequate

¹⁰ Onder niet-dagelijks frequent bezochte winkels worden verstaan: opticiens, huishoudelijke & luxe artikelen (hoofdbranche Locatus), boekhandel, boek/kantoor, bloem/plant, dibevo en telecom.

meer nog fitte ouderen met veel vrije tijd (en geld). • Aanstaande aanpak Markt e.o. (2023/2024) aangrijpen voor vergroening, verduurzaming, herinrichting openbare ruimte en verkeersafwikkeling en parkeren • Successen halen door samenwerking	huisvesting en betere alternatieven elders • Consumenten vinden steeds meer de weg naar online winkelen. • De vraag is wat de blijvende effecten van de coronacrisis zijn.
---	--

TABEL 3 SWOT ANALYSE CENTRUM OIRSCHOT

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Meest veelbelovend

De unieke propositie van Oirschot als leefbaar erfgoeddorp - met de hoogste monumentendichtheid van Nederland - in een booming Brainportregio zorgen voor een meer dan goede uitgangssituatie. De geplande herinrichting van de Markt e.o. kan als vliegwiel fungeren voor vergroening, verduurzaming, herinrichting openbare ruimte, verkeersafwikkeling en parkeren, hogere organisatiegraad en versterking functie- en branchemix.

Meest bedreigend

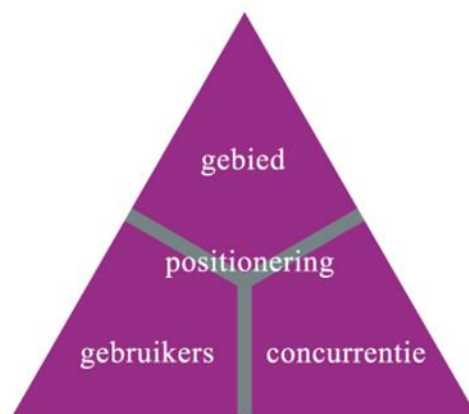
Centrum Oirschot staat onder druk, mede als gevolg van online winkelen en de coronacrisis. Cultuur en hotels verdwijnen; de leegstand loopt op. Als investeringen nu uitblijven ontstaat een neerwaartse spiraal, met alle negatieve gevolgen van dien.

3 POSITIONERING OIRSCHOT CENTRUM

Dit hoofdstuk bevat de kernkwaliteiten, de merkwaarden, de doelgroepen en de kernpropositie van het centrum van Oirschot. De zogenaamde brandsheet van Bureau Buhrs vormt de basis voor de positionering en de uitwerking van de middelen binnen de centrumvisie.

We geven daarbij antwoord op de volgende vragen:

- Wat zijn de kernkwaliteiten?
- Wat zijn de waarden?
- Wie zijn de primaire doelgroepen?
- Wat past bij hen?



FIGUUR 13 VERBEELDING POSITIONERING
Bron: Bureau Buhrs

3.1 PROCES

Op woensdag 14 april 2021 vond een digitale DNA workshop plaats met stakeholders en andere betrokkenen om input op te halen voor de positionering van het centrum van Oirschot. Daarna vond op 10 mei met jonge ondernemers en op 19 mei met interne betrokkenen vanuit de gemeente een digitale toetsingsworkshop plaats over deze input. Tot slot vond er een fysieke stakeholdersessie plaats in Oirschot, waarbij de samengevatte resultaten werden gepresenteerd, en alle aanwezigen nog hun mening hierover konden geven. Het resultaat van alle sessies staat beschreven in onderstaande paragraaf brandsheet (merkbeschrijving).

3.2 BRANDSHEET OIRSCHOT

Een brandsheet omvat kernkwaliteiten, merkwaarden, (potentiële) doelgroepen en een kernpropositie voor het centrum van Oirschot. De brandsheet beschrijft op welke manier het gebied aantrekkelijk is of wordt voor de (potentiële) kansrijke doelgroepen en onderscheidend is of wordt ten opzichte van de concurrenten.

KERNKWALITEITEN >>

De kernkwaliteiten zijn de meest unieke eigenschappen van het centrum van Oirschot, die het beste aansluiten op de doelgroepen.

Hieronder staat de top zes van kwaliteiten die zowel de (nieuwe) bewoners en bezoekers moeten aanspreken. Zo communiceren we één sterk verhaal. In de uitwerking naar communicatiemiddelen en in de programmering houden we rekening met doelgroepspecifieke kwaliteiten. Voor het centrum zijn de kernkwaliteiten:

- **1. Historisch erfgoed**
 - Onder andere de Basiliek en het Boterkerkje
 - Decor van historische panden
- **2. De Markt, het Vrijthof en omliggende straten**
 - Ruimte om te ontmoeten en te recreëren
- **3. Nabijheid van water en natuur**
 - Aanwezigheid van water (Wilhelminakanaal)
 - Omliggende, veelzijdige natuurgebieden (o.a. Kampina, Mortelen en Landschotse heide)
- **4. Kunst en cultuur**
 - Kunst- en antiekmarkt
 - Kunstenaarsdorp; kunstenaars, amateurkunsten, musea
- **5. Cafés, restaurants en terrassen**
- **6. Winkelaanbod van boetiekjes en speciaalzaken**

MERKWAARDEN >>

De merkwaarden zijn de belangrijkste emotionele waarden die gehecht worden aan het centrum. Deze waarden zijn belangrijk voor het 'kruiden' van het aanbod, de programmering (beleid) en de communicatie.

Huidige merkwaarden Oirschot:

- **Authentiek:** monumentaal, nostalgisch, historisch, Oud Brabants
- **Gemoedelijk:** gezellig, knus, dorps, thuisgevoel
- **Vertrouwd:** betrouwbaar, herkenbaar, ontspannen

Versterken in de toekomst:

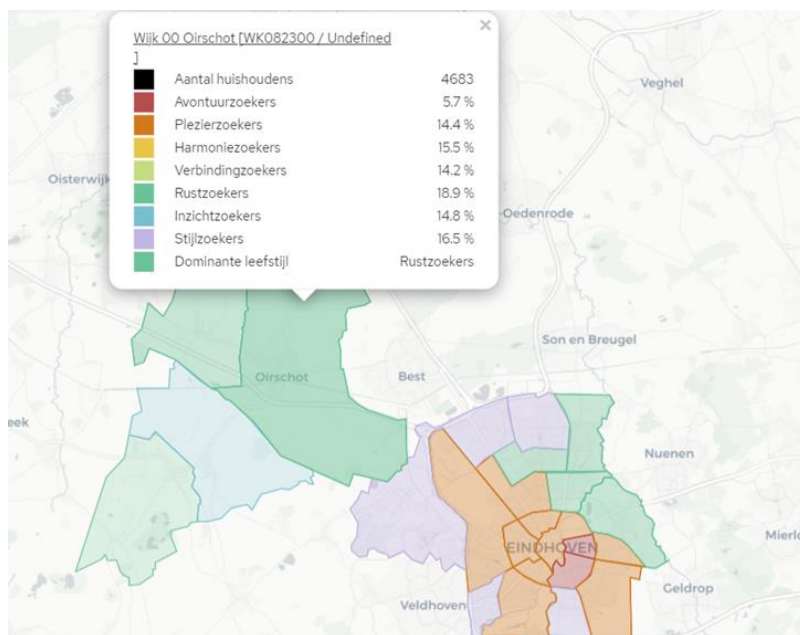
- **Levendig:** bruisend
- **Uitnodigend:** welkom, ontmoeting, verbinding
- **Vernieuwend:** meegegaan met de tijd, innovatief, jong

De synoniemen kunnen afwisselend in de communicatie worden gebruikt.

DOELGROEPEN >>

De doelgroepen voor het centrumgebied van Oirschot in de toekomst zijn vanuit verschillende invalshoeken te benaderen. Voor het bezoekmotief gaan we uit van een voornamelijk recreatief bezoek, dus Oirschot als bestemming voor een dagje of nachtje uit. Geografisch gezien moet Oirschot een aantrekkelijk centrum zijn voor inwoners en bezoekers uit de hele regio Eindhoven. Op demografisch vlak is Oirschot voornamelijk interessant voor jonge stellen, gezinnen en stellen van 50 jaar of ouder. Wel wordt gewenst meer verjonging van die doelgroep te verwezenlijken en meer in te spelen op de internationale werkenden in de brainportregio. Kansen liggen verder bij de jeugd, de internationale werkenden het groeiende aantal vitale ouderen in de regio. Zo blijkt ook uit onderzoek van Republiq (2021) naar voorzieningen en evenementen in de stedelijke regio Eindhoven. In hun doelgroep analyse zien zij een regio met veel werkende, hoogopgeleide huisbezitters en gepensioneerden. Kansrijke scenario's die genoemd worden zijn: de jeugd, de internationalisering en de vitale ouderen.

Om de doelgroep van Oirschot nog verder uit te lichten kijken we naar BSR-leefstijlen. Onderzoek uit 2016 'Kleur Bekennen in Oirschot' benadrukt dat relatief veel voorzieningen in Oirschot aantrekkelijk zijn voor groene en gele doelgroepen en relatief weinig voor blauwe en rode doelgroep.

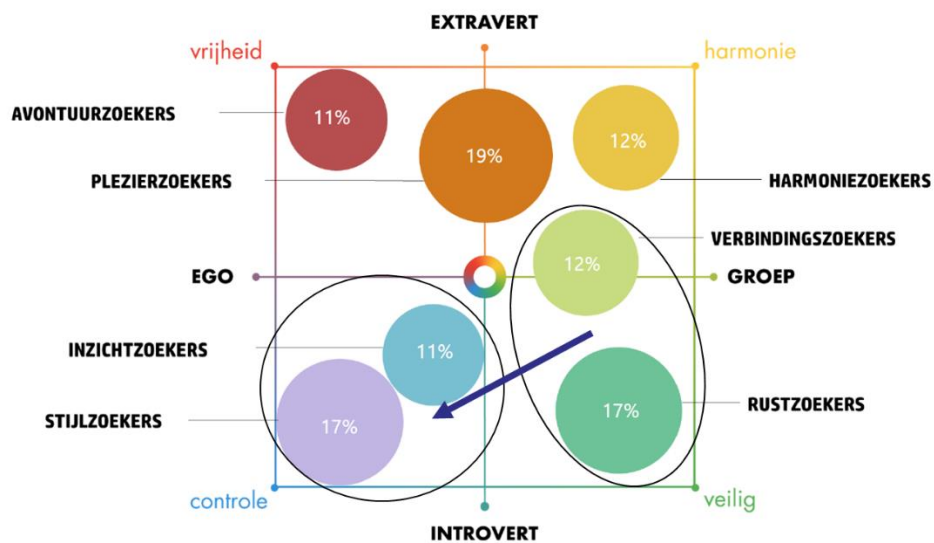


FIGUUR 14 KLEURENPROFIELEN OIRSCHOT EN OMGEVING VOLGENS HET BSR LEEFSTIJLEN MODEL
Bron: Bureau Buhrs

Binnen de leisure leefstijlen is voornamelijk de rustzoeker (groen) in Oirschot dominant. De rustzoeker is beperkt uithuizig en heeft weinig eisen. Daarnaast is de stijlzoeker (paarsblauw) veel aanwezig. Deze houdt van exclusieve activiteiten, luxe en kwaliteit. De rustzoeker en stijlzoeker zijn ook veel te vinden in de regio Eindhoven. Het is belangrijk om met de nieuwe positionering te zorgen dat deze groepen worden behouden.

Avontuurzoekers (rood) en plezierzoekers (oranje) zijn beduidend minder aanwezig in de gemeente, hoewel deze juist veel te vinden zijn in de regio Eindhoven. Deze groepen houden van vermaak, gekke plekken en zichzelf laten gaan. Omdat deze doelgroepen bijna niet aanwezig zijn in Oirschot, en dat wat ze zoeken ook niet passen bij de kernkwaliteiten en waarden van het centrum, is het advies om met de positionering niet op deze doelgroep in te spelen.

Tot slot zijn in de omliggende kernen van Oirschot inzichtzoekers (lichtblauw) van belang, een groep die ervan houdt dingen te leren en graag culturele activiteiten bezoekt. Dit past heel goed bij wat Oirschot te bieden heeft. Op deze leefstijl moet met de positionering dan ook meer worden ingezet. Het leefstijladvies is verduidelijkt in de onderstaande afbeelding.



FIGUUR 15 LEEFSTIJL ADVIES VOOR OIRSCHOT
Bron: Bureau Buhrs

LEEFSTIJLADVIES >>

Er zal in de positionering een beweging moeten plaatsvinden richting de inzichtzoeker en stijlzoeker.

Inzichtzoekers:

- Willen dingen leren en ervaren, in de natuur en met culturele activiteiten.
- Nemen de tijd om nuttige dingen uit te voeren voor hun zelfontwikkeling. Zo bezoeken ze graag musea en bezienswaardige gebouwen.
- Daarnaast dompelen zij zich onder in de natuur waarbij zij graag fietsen of wandelen.
- Sluiten goed aan bij erfgoed en kunst/cultuur
- Passen goed bij de rustzoekers die wonen in het centrum

Stijlzoekers:

- Worden in hun vrije tijd graag geprikkeld, en zoeken ze de uitdaging op.
- Vinden het heerlijk om zichzelf te laten verwennen, en te genieten van exclusieve activiteiten.
- Luxe en comfort is belangrijk voor deze groep. Ze vinden het ook niet erg om iets meer te betalen, als het dan écht goed is.

Voor deze groep is een kwaliteitsslag nodig om comfort en luxe te kunnen bieden. Let op dat het niet te elitair wordt.

KERNPROPOSITIE >>

Een kernpropositie geeft antwoord op de vraag: wat is de belangrijkste belofte die we de doelgroepen kunnen doen? De kernpropositie voor het centrum is hieronder beschreven.

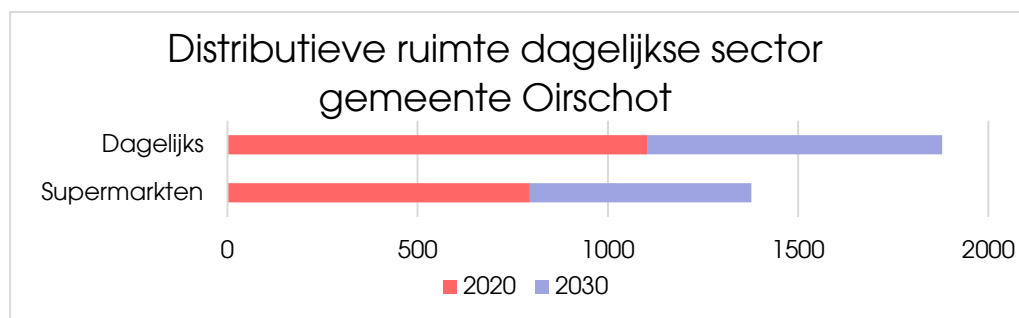
Het centrum Oirschot is een gezellig monumentaal dorp in een veelzijdige groene omgeving, waar jong en oud elkaar ontmoeten. Een dagje uit staat garant voor een authentieke, maar eigentijdse en bourgondische beleving van cultuurhistorisch erfgoed, levendige Brabantse gastvrijheid in de uitgebreide horeca en exclusieve boetiekjes en speciaalzaken.

4 BEHOEFTE ANALYSE

4.1 BEHOEFTE DAGELIJKSE DETAILHANDEL

De behoefte aan dagelijkse detailhandel is berekend middels een distributieve berekening. Door middel van een distributieve berekening (DPO) kan zowel voor de huidige situatie als voor de toekomstige situatie een indicatieve uitspraak worden gedaan over de ontwikkelingsmogelijkheden van het detailhandelsaanbod. Kwantitatieve ontwikkelingsmogelijkheden van het aanbod kunnen worden verklaard door een te verwachten groei van het bevolkingsdraagvlak, door een bovengemiddeld functioneren van het huidig aanbod en/of door een groei in ambitie: een hogere, maar wel te verantwoorden binding en toevloeiing. Ook een combinatie hiervan kan een “driver” zijn achter de ontwikkelingsmogelijkheden.

De distributieve toets is uitgevoerd voor de dagelijkse sector en de supermarktsector voor de gehele gemeente Oirschot. De volledige toets is opgenomen in Bijlage 2.



FIGUUR 16 UITKOMSTEN DISTRIBUTIEVE TOETS DAGELIJKSE SECTOR UITGEDRUKT IN MARKTRUIMTE IN M² WVO
Bron: Bureau Stedelijke Planning

In de dagelijkse sector is er sprake van uitbreidingsruimte voor de gemeente Oirschot. In 2020 betreft dit circa 1.100 m² wvo waarvan circa 800 m² wvo toebedeeld kan worden aan supermarkten en de overige 300 m² wvo behoort tot het overig dagelijks segment. In 2030 is dit verder toegenomen tot bijna 1.900 m² wvo door de bevolkingstoename. Dit impliceert dat de aanwezige supermarkten in Oirschot momenteel bovengemiddeld functioneren, met een bovengemiddelde gerealiseerde vloerproductiviteit van ca. € 9.400 omzet per m² wvo ten opzichte van ca. € 8.000 per m² wvo gemiddeld in Nederland.

4.2 BEHOEFTE NIET-DAGELIJKSE DETAILHANDEL

De niet-dagelijkse detailhandel bestaat uit winkels in de groepen Mode & Luxe, Vrije Tijd en In/Om Huis. Voor niet-dagelijkse detailhandel is het niet passend om de behoefte kwantitatief te berekenen aan de hand van een distributieve toets. Dit omdat onder de niet-dagelijkse detailhandel een grote diversiteit aan branches valt, van modezaken tot meubelwarenhuizen en van bloemisten tot grote tuincentra. De kwantitatief te berekenen behoefte kan daarom als totaal zeer groot uitvallen. Daarnaast zijn er enkel koopstromen uit 2014 bekend. Voor de dagelijkse sector zijn deze nog bruikbaar voor de huidige situatie. Voor de niet-dagelijkse sector is dit anders, online bestedingen nemen fors toe waardoor de afvloeiing toeneemt en gegevens uit 2014 niet meer relevant zijn.

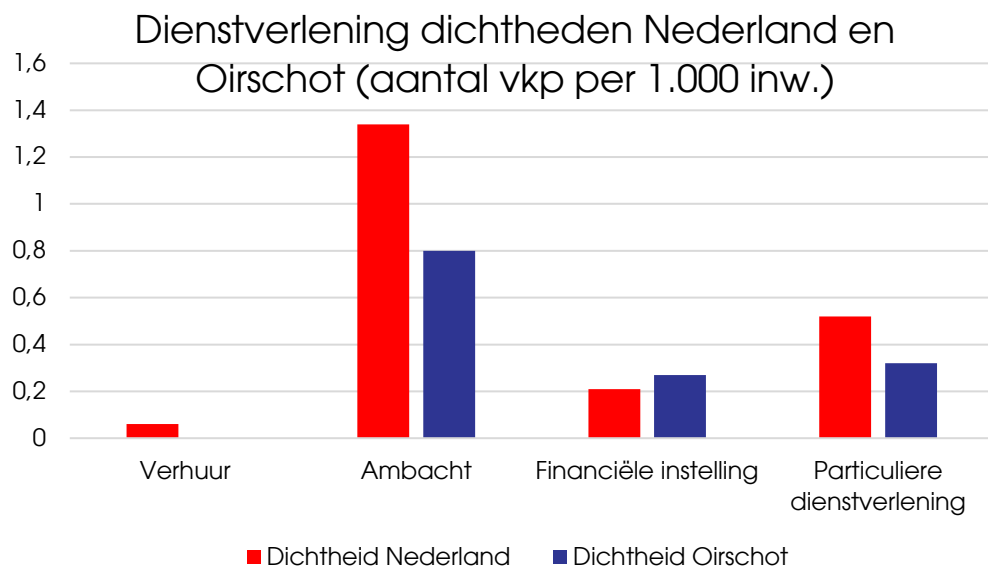
In Oirschot zien wij dan ook geen uitbreidingsmogelijkheden voor de niet-dagelijkse sector maar zouden wij het huidige aanbod consolideren en vernieuwen. Met name frequent niet-dagelijkse detailhandel¹¹, bijvoorbeeld een cadeauwinkel of een winkel in boek en kantoorartikelen, biedt nog mogelijkheden en daarnaast zien wij blurring als een goede manier van het vernieuwen van het huidige winkelaanbod.

4.3 BEHOEFTE OVERIGE CENTRUMFUNCTIES

DIENTSTVERLENING >>

In dienstverlening wordt onderscheid gemaakt tussen verhuur, ambacht, financiële instellingen en particuliere dienstverleners. In Oirschot is verhuur niet vertegenwoordigd. Op basis van de dichtheden kan worden berekend voor welke dienstverleners nog ruimte is in het centrum van Oirschot. De dichtheden worden vergeleken met het gemiddelde in Nederland.

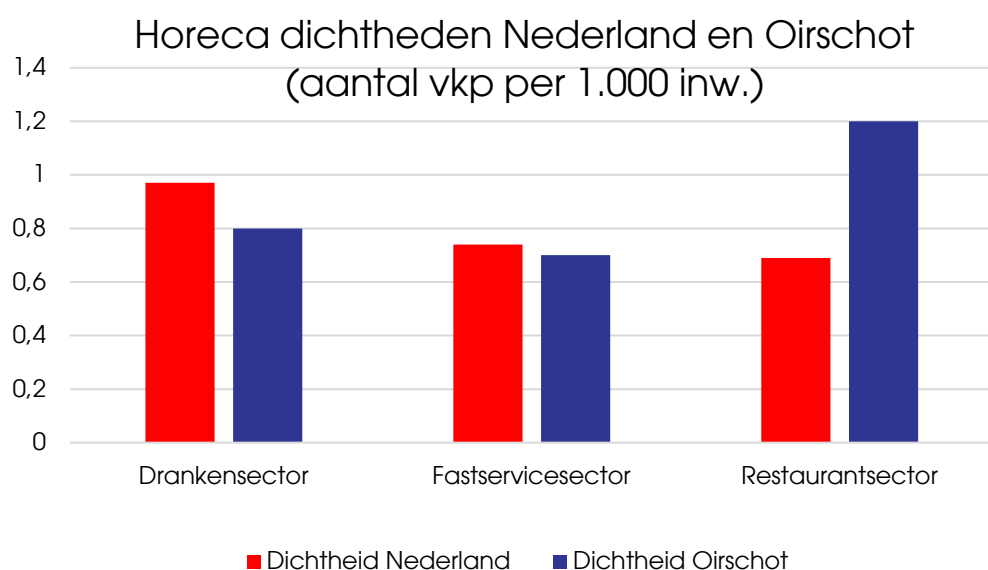
¹¹ Onder niet-dagelijks frequent bezochte winkels worden verstaan: opticien, huishoudelijke & luxe artikelen (hoofdbranche Locatus), boekhandel, boek/kantoor, bloem/plant, dibevo en telecom.



Op basis van de dichtheden is er in Oirschot nog ruimte voor 1 verkooppunt in verhuur, 10 verkooppunten in ambacht en 4 verkooppunten in de particuliere dienstverlening. Voorbeelden van ambachten zijn een fietsenmaker, kapper, kleding reparatie, schoonheidsspecialist etc. Onder de particuliere dienstverlening vallen bijvoorbeeld een makelaarskantoor, uitzendbureau en stomerij.

HORECA >>

De behoefte aan horeca is tevens berekend aan de hand van een dichthedenanalyse. Bij horeca is gekeken naar de drie sectoren binnen horeca: drankensector, fastservicesector en de restaurantsector.



Uit de analyse blijkt dat de algehele dichtheid voor horeca wat boven het landelijk gemiddelde ligt. Dit komt door oververtegenwoordiging van de restaurantsector in Oirschot in vergelijking met Nederland. In de drankensector (café, borrelplek) en fastservicesector (cafeteria, fastfood) is er sprake van enige ondervertegenwoordiging en daardoor marktruimte.

4.4 CONCLUSIE: MARKT(ON)MOGELIJKHEDEN OIRSCHOT

- Supermarkten fungeren als dragers van centrumgebieden. Uitgaande van het dpo is er momenteel indicatieve uitbreidingsruimte in Oirschot op het gebied van **dagelijkse detailhandel**. Dit zou een optimalisering van het huidige supermarktaanbod kunnen betekenen maar biedt wellicht ook ruimte voor een nieuwe toetreders in de toekomst.
- In Oirschot zien wij geen uitbreidingsmogelijkheden voor **de niet-dagelijkse sector** maar zouden wij het huidige aanbod consolideren en vernieuwen. Met name frequent niet-dagelijkse detailhandel¹², bijvoorbeeld een cadeauwinkel of een winkel in boek en kantoorartikelen, biedt nog mogelijkheden en daarnaast zien wij blurring als een goede manier van het vernieuwen van het huidige winkelaanbod.
- **Ambachtelijke commerciële diensten** als de kapper en schoenmaker, en maatschappelijke diensten als de tandarts en het kinderdagverblijf zijn in de toekomst idealiter steeds vaker onderdeel van centrumgebieden. Al deze voorzieningen samen trekken allemaal potentiële klanten naar een gebied. Ze zorgen ervoor dat het ontmoetingsplekken blijven en zullen elkaar versterken. In Oirschot is marktruimte voor zowel ambachtelijke commerciële diensten als binnen de particuliere dienstverlening
- **Flexibiliteit:** Generieke ontwikkelingen zoals de opkomst van online winkelen hebben vooralsnog vooral effect op de niet-dagelijkse detailhandel. De prognoses van de invloed van online winkelen op de dagelijkse voorzieningen lopen zeer uiteen waardoor het onvoorspelbaar is wat de rol van de supermarkt op de lange termijn zal zijn. Door het inbouwen van flexibiliteit binnen het programma, waarbij verkleuring naar andere commerciële functies mogelijk is, kan hier indien nodig op worden ingespeeld. Verkleuring naar wonen in het centrum van Oirschot is zeker niet wenselijk op iedere locatie omdat het ten koste gaat van de levendigheid op straatniveau.

¹² Onder niet-dagelijks frequent bezochte winkels worden verstaan: opticiens, huishoudelijke & luxe artikelen (hoofdbranche Locatus), boekhandel, boek/kantoor, bloem/plant, dibevo en telecom.



FIGUUR 17 FLEXIBILITEIT FUNCTIES BINNEN CENTRUMGEBIEDEN
Bron: Bureau Stedelijke Planning

BIJLAGE 1 DISTRIBUTIEVE TOETS

Bij de distributieve berekening voor het onderzoeksgebied zijn de volgende (ken)getallen gehanteerd:

- **Inwonertal.** Voor het draagvlak is uitgegaan van een inwoneraantal binnen de gemeente Oirschot: 18.714 inwoners (CBS Statline 2020). Op basis van Actieplan wonen gaan wij uit van 20.697 inwoners in de gemeente Oirschot in 2030.
- **Bestedingen.** Jaarlijks geldt een bestedingscijfer van € 2.602 per persoon in de dagelijkse sector en € 2.075 per persoon in fysieke supermarkten (exclusief BTW). Dit cijfer is gebaseerd op de meeste recente omzetkengetallen van INretail (2019).¹³ Het inkomen van inwoners van de gemeente Oirschot ligt hoger dan het landelijk gemiddelde, waardoor het feitelijke bestedingsbedrag hoger ligt. De bestedingen zijn gecorrigeerd naar het gemiddeld 5% hogere inkomen met een prijselasticiteit van 0,4%. De bestedingen worden constant verondersteld.
- **Koopkrachtbinding.** In november 2017 is het koopstromenonderzoek van de metropoolregio Eindhoven gepubliceerd¹⁴. Voor Oirschot zijn de koopstromen hier in beeld gebracht. In de dagelijkse sector is de koopkrachtbinding van Oirschot 87%. Dit zijn cijfers over 2014, maar deze achten wij nog steeds realistisch.
- **Koopkrachttoevloeiing.** De koopkrachttoevloeiing van de gemeente Oirschot is tevens weergegeven in het koopstromenonderzoek van de metropoolregio Eindhoven. Hieruit blijkt dat voor dagelijkse artikelen, de koopkrachttoevloeiing 22% betreft.
- **Vloerproductiviteit.** De gemiddelde vloerproductiviteit geeft aan wat een gemiddelde fysieke supermarkt per m² wvo per jaar omzet. In Nederland is de gemiddelde vloerproductiviteit in de dagelijkse sector in 2019 € 7.564 en in supermarkten in 2019 € 8.037 per m² wvo per jaar (exclusief BTW).¹⁵
- **Omvang supermarktaanbod.** Het huidige dagelijkse aanbod in de gemeente Oirschot betreft 6.221 m² wvo. Hiervan zijn 4.702 m² wvo in gebruik door supermarkten.

¹³ Bron: Omzetkengetallen 2019 INretail en Panteia

¹⁴ Bron: Metropoolregio Eindhoven Koopstromenonderzoek in de MRE (november 2017)

¹⁵ Bron: Omzetkengetallen 2019 INretail en Panteia

PARAMETER	DAGELIJKS		SUPERMARKTEN	
Jaartal	2020	2030	2020	2030
Inwoners	18.714	20.697	18.714	20.697
Bestedingen per hoofd in €	€ 2.602	€ 2.602	€ 2.075	€ 2.075
Bestedingspotentieel in € mln	€ 49	€ 54	€ 39	€ 43
Bestedingspotentieel in € mln, incl inkomenscorrectie	€ 50	€ 55	€ 40	€ 44
Koopkrachtbinding (KSO)	87%	87%	87%	87%
Gebonden bestedingen in € mln	€ 43	€ 48	€ 34	€ 38
Koopkrachttoevoeiing (KSO)	22%	22%	22%	22%
Omzet door toevoeiing in € mln	€ 12	€ 13	€ 10	€ 11
Totale bestedingen in € mln	€ 55	€ 61	€ 44	€ 49
Gemiddelde vloerproductiviteit in € per m² wvo	€ 7.564	€ 7.564	€ 8.037	€ 8.037
Gerealiseerde vloerproductiviteit	€ 8.905	€ 9.849	€ 9.396	€ 10.391
Haalbaar aanbod in m² wvo	7.324	8.100	5.497	6.079
Gevestigd aanbod in m² wvo (Locatus)	6.221	6.221	4.702	4.702
Uitbreidingsruimte in m² wvo	1.103	1.879	795	1.377

TABEL 2 DISTRIBUTIEVE BEREKENING GEMEENTE OIRSCHOT
Bron: Bureau Stedelijke Planning

BIJLAGE 2 DEFINITIES

Bedrijfsoppervlakte (BVO)

De bedrijfsvloeroppervlakte (BVO) is de totale vloeroppervlakte van een kantoor, winkel, bedrijf of voorziening met inbegrip van de daartoe behorende magazijnen en overige dienstruimten.

Dagelijkse sector

Winkels in Levensmiddelen en Persoonlijke Verzorging. Dit betreffen onder meer supermarkten, versspeciaalzaken, drogisterijen, parfumeries en apotheken.

Diensten

Tot de Diensten behoren den hoofdbranches Verhuur, Ambacht, Financiële instelling en Particuliere dienstverlening. Hiertoe vallen de volgende verkooppunten: Videotheek, Autoverhuur, Rijwielverhuur, Gereedschap verhuur, Verhuur Overig, Edelsmid, Schoenreparatie/Sleutels, Kapper, Tattoo/Piercing, Schoonheidsspecialist, Kledingreparatie, Stoffeerderij, Kleermaker, Pottenbakker, Electro reparatie, Drukwerk, Foto-ontwikkelen, Dierentrimsalon, Lijstenmaker, Ambacht overig, Financiële intermediair, Verzekeringswerk, Bank, Postkantoor, Bellen/Internet, Fotostudio, Makelaardij, Autowasserij, Autopoetsbedrijf, Fietsenstalling, Stomerij/Wassalon, Reisbureau, Uitzendbureau, Uitvaart, Diensten overig.

Koopkrachtafvloeiing

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

Koopkrachtbinding

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

Koopkrachttoevloeiing

Aandeel van de omzet die van bewoners komt die buiten een bepaald gebied wonen.

Leegstand

Een unit/verkooppunt/pand met een commerciële bestemming, zonder dat daar een functie is gevestigd. Een leegstaand pand kan in het verleden een winkel zijn geweest, maar ook een andere functie hebben gehad (zoals bijvoorbeeld een ambacht, horeca of dienstverlening). Ook bij eventuele invulling van het pand kunnen naast een winkel ook andere functies gevestigd worden.

Leisure

Leisure is een brede term voor verschillende commerciële functies. Door Locatus is de groep uitgesplitst naar drie branches: Horeca, Cultuur en Vermaak. Onder Cultuur valt o.a. de bibliotheek, bioscoop, museum en theater. Vermaak betreffen functies als een pretpark, bowlingbaan, sauna en zwembad.

Locatus

Locatus is een onafhankelijke commerciële dienstverlener die informatie verzamelt over alle winkels en consumentgerichte, dienstverlenende bedrijven. Veldwerkers bezoeken en onderzoeken jaarlijks alle winkelgebieden in de Benelux. De verzamelde gegevens, zoals (winkel)naam, winkelverkoopvloeroppervlak en branche worden geregistreerd in de database. Er wordt daarnaast ook een indeling in winkelgebieden aan gekoppeld en winkelgebieden worden geclassificeerd.

Marktruimte (o.b.v. distributieve berekening)

Een veelgebruikt rekeninstrument om het huidige functioneren en eventuele indicatieve markt voor detailhandel in de toekomst te kunnen duiden is de distributieve berekening. Hierin wordt het huidige gevestigde aanbod in een specifieke branche (bijvoorbeeld dagelijkse detailhandel) in een afgebakend gebied vergeleken met het landelijke gemiddelde. Daarbij wordt de gemiddelde vloerproductiviteit berekend van het in het gebied gevestigde aanbod. Het verschil tussen de gerealiseerde vloerproductiviteit en de landelijke gemiddelde vloerproductiviteit bepaalt of de desbetreffende branche boven- of ondergemiddeld functioneert. Het verschil tussen de gerealiseerde en gemiddelde vloerproductiviteit kan worden opgevat als indicatieve uitbreidingsruimte, dan wel overaanbod.

Niet-dagelijkse Sector (regulier)

Winkels in Mode & Luxe, Vrije Tijd en Elektronica. Dit betreffen de branches warenhuizen, kleding & mode, schoenen en lederwaren, huishoudelijke & luxe artikelen, juwelier & optiek, antiek & kunst, sport & spel, hobby, media en bruin & witgoed. Deze branches treffen we gewoonlijk aan in de centrale en ondersteunende winkelgebieden.

PDV (perifere detailhandelsvestigingen)/ Volumineuze detailhandel

Perifere detailhandelsvestigingen zijn winkels die vanwege hun aard en omvang over het algemeen niet in de traditionele winkelcentra (binnenstad, buurt- en wijkcentra) gevestigd kunnen worden. Het gaat hierbij over de volumineuze aard van de goederen. Deze benadering van perifere winkels is vanuit het voormalige rijksbeleid ingestoken en dus met name branchegericht. Veelvoorkomende branches zijn: auto's, boten en caravans (ABC), bouwmarkten, tuincentra en detailhandel in woninginrichting.

Verblijfsgebied

Waar we in het verleden spraken over winkelgebieden, worden dit steeds meer verblijfsgebieden. De functie winkelen wordt minder belangrijk en dit biedt ruimte voor horeca en andere leisurfuncties. Een prettig verblijf staat voorop. We gaan van winkelgebieden waar transacties het hoofddoel vormden, naar verblijfsgebieden waar attractie en vermaak de belangrijkste doelen zijn.

Vloerproductiviteit

De vloerproductiviteit (omzet in € per m² wvo) is een veelgebruikt kengetal om het functioneren van een winkel inzichtelijk te maken.

Winkelvloeroppervlakte (WVO)

De winkelvloeroppervlakte betreft de winkeloppervlakte die in gebruik is voor de directe verkoop van goederen. Het betreft de voor de klant toegankelijke verkoopruimte van de winkel, oftewel de totale bedrijfsvloeroppervlakte minus eventueel kantoor-, personeels- en magazijnruimte, toiletten etc.

BIJLAGE 3 -PARTICIPATIERAPPORT BUREAU BUHRS

PARTICIPATIERAPPORT CENTRUMVISIE GEMEENTE OIRSCHOT

Bureau Buhrs, 6-9-2021

1. INLEIDING

Ten behoeve van de centrumvisie voor Oirschot is van maart tot en met juli 2021 een participatietraject uitgevoerd. Met dit traject wil de gemeente tot een verbindende, toekomstbestendige, breed gedragen en actiegerichte visie komen. Er is daarbij onderscheid gemaakt tussen burgerparticipatie en het betrekken van stakeholders. Hieronder staan achtereenvolgens de uitgangspunten, het overzicht van de georganiseerde activiteiten en een impressie van de resultaten. Resultaten zijn meegenomen in de (deelproducten van de) centrumvisie.

2. UITGANGSPUNTEN

- **1.2 Opzet**

Het participatietraject bestond uit een flitspeiling voor alle inwoners van Oirschot en een DNA 'Denk Mee' workshop, twee toetsingsworkshops en een 'Doe Mee' workshop met stakeholders. Een deel van de activiteiten vond digitaal plaats, in verband met de corona maatregelen.

De voorbereiding en begeleiding van de workshops werd verzorgd door Bureau Buhrs. De resultaten uit het participatietraject worden gebruikt tijdens het uitwerken van de centrumvisie.

- **2.2 Doelen**

- Inzicht krijgen in de belangen, meningen, wensen en behoeften van bewoners en stakeholders.
- De kwaliteit van strategische keuzes voor de centrumvisie verbeteren.
- Draagvlak voor de centrumvisie verkrijgen en ervoor zorgen dat deze realistisch is.

• 2.3 Planning

De data van de verschillende activiteiten waren als volgt:

- 29 maart tot 3 juni Flitspeiling
- 14 april Denk Mee workshop
- 10 mei Toetsingsworkshop jonge ondernemers
- 19 mei Toetsingsworkshop intern
- 12 juli Doe Mee workshop
- 22 juli tot 23 augustus Resultaten Doe Mee workshop aanvullen

3. OVERZICHT VAN DE ACTIVITEITEN EN RESULTATEN

• 3.1 Flitspeiling

Doel: Om ervoor te zorgen dat alle inwoners van Oirschot hun mening konden geven over de onderwerpen binnen de centrumvisie is een flitspeiling uitgezet. Hiermee wil de gemeente het toekomstbeeld zo goed mogelijk op de wensen en behoeften van de inwoners laten aansluiten.

Doelgroep: De flitspeiling is bij de inwoners onder de aandacht gebracht door middel van het interactieve platform doemee-oirschot.nl. Ook is het burgerpanel opgeroepen om de flitspeiling in te vullen. De flitspeiling is ingevuld door 681 respondenten.

Programma: De flitspeiling kon ingevuld worden van 29 maart tot 3 juni 2021. In de flitspeiling kwamen verschillende onderwerpen aan bod, zoals de sfeer, voorzieningen en functies van het centrum. Deze werden voorgelegd aan de hand van open vragen en meerkeuze vragen.

Resultaat:

Hieronder staat een aantal bevindingen uit de resultaten van de flitspeiling:

- De meeste respondenten bezoeken het centrum van Oirschot wekelijks, namelijk 59,2%. 28,8% bezoekt het centrum elke dag. De belangrijkste redenen hiervoor zijn de horeca bezoeken, winkelen of dagelijkse boodschappen doen.
- De sfeer van het huidige centrum van Oirschot wordt door de respondenten voornamelijk gezellig, historisch en gemoedelijk genoemd.

- Volgens de respondenten moeten onder andere de volgende zaken in het centrum worden aangepakt: het centrum verkeersluw maken, terrassen voldoende ruimte geven, leegstaande panden, de gele O weghalen, meer groen toevoegen, parkeren op de markt, diversiteit van ondernemers en een breder cultureel aanbod.
- Als het gaat om de toekomst van het centrum vinden respondenten cultuur(historie) en monumenten het belangrijkste thema. Daarna volgen verkeer, economie en toerisme.
- Horeca, ruimte voor ontmoeting en winkels vinden respondenten de belangrijkste functies als het gaat om de toekomst van het centrum.
- De sfeer van het centrum moet volgens de respondenten in de toekomst voornamelijk gezellig, historisch en levendig zijn.

• 3.2 Denk Mee workshop

Doel: Tijdens de Doe Mee workshop werd de eerste input verzameld over de identiteit van het centrum van Oirschot.

Doelgroep: Voor de Denk Mee workshop werd een aantal belangrijke stakeholders uit het netwerk van de gemeente uitgenodigd, bestaande uit ondernemers, erfgoed beheerders en belangrijke personen binnen de gemeente. 16 stakeholders waren aanwezig.

Programma: Tijdens de workshop werd een aantal tussentijdse resultaten van de flitspeiling gedeeld. Ook werd door Bureau Stedelijke Planning en Bureau Buhrs de opgave toegelicht. Om de identiteit van het centrum te bepalen werd de stakeholders input gevraagd over drie belangrijke onderwerpen.

- Kenmerken van het centrumgebied: Wat zijn de kernkwaliteiten van het centrum, dat moet fungeren als kloppend hart? Welke waarden staan centraal in het centrum?
- Kenmerken van de gebruikers: Op wat voor type bewoners, bezoekers en ondernemers moet het centrum aantrekkingskracht hebben?
- Kenmerken van concurrenten: Wat zijn de kernkwaliteiten van concurrerende centrumgebieden en welke positie kan het centrum van Oirschot hierin claimen?

Dit gebeurde mondeling, maar ook aan de hand van de tool Mentimeter.

Resultaten:

Kernkwaliteiten:

Door middel van de prioriteren-functie in Mentimeter werd een vooraf opgestelde lijst van kernkwaliteiten bij de deelnemers voorgelegd. Na deze te prioriteren volgde daar een top 5 uit:

1. De Markt, het Vrijthof en omliggende straten
2. Historisch erfgoed (o.a. de Basiliek en het Boterkerkje)
3. Cafés, restaurants, terrassen
4. Winkelaanbod (met name boetiekjes en speciaalzaken)
5. Nabijheid van natuur

Deze top 5 werd ingevuld in de concurrentiematrix. Samen met de deelnemers werd deze matrix ingevuld. Zij gaven aan dat Oisterwijk, Heusden, Eersel, Hilvarenbeek en Sint-Oedenrode de grootste concurrenten van Oirschot zijn. Ten opzichte van Oisterwijk, Eersel en Hilvarenbeek scoort Oirschot beter op historisch erfgoed. Ten opzichte van Oisterwijk en Eersel scoort Oirschot beter op de Markt, het Vrijthof en omliggende straten. Ten opzichte van Heusden scoort Oirschot beter op nabijheid van natuur. Op basis van deze ondervindingen werden de 5 kernkwaliteiten opnieuw geprioriteerd en ook toegelicht. De resultaten zijn te vinden in de Brandsheet, als bijlage van de centrumvisie.

Merkwaarden

Door middel van een merkenspel werd bij de deelnemers opgehaald welke sfeer zij willen dat Oirschot uitstraalt naar haar bezoekers. Uit een overzicht van merken kozen zij een logo dat voor hen qua waarde synoniem staat voor de toekomstige sfeer in het centrum van Oirschot. Zij noemden daar onder andere de waarden nostalgisch, historisch, gezellig, knus, kwalitatief, betrouwbaar en levendig. Uit deze input zijn vervolgens twee keer drie merkwaarden gekozen. Drie merkwaarden die het huidige centrum beschrijven en drie merkwaarden die versterkt moeten worden in de toekomst.

Doelgroepen

Na het presenteren van de geadviseerde doelgroepen op basis van de leefstijlen aan de deelnemers werd hierop gereageerd. Zo was er bijvoorbeeld een deelnemer die aangaf dat hij het de taak van de gemeente vindt om te zorgen dat het soort winkels en horeca bij de doelgroep past. Bureau Buhrs gaf daarbij aan dat de centrumvisie hier richting in gaat geven, maar dat vooral ook de look & feel, marketing & promotie en inrichting van de openbare ruimte belangrijk zijn. Het gaat erom dat alle betrokkenen in het centrum dezelfde kant op kijken.

De deelnemers herkenden de geschetste huidige doelgroepen en konden zich grotendeels vinden in de aangedragen potentiële doelgroepen.

Een deelnemer vroeg zich wel af of de manier waarop Oirschot gepromoot moet worden wel aansluit met wat huidige bewoners willen. Het moet volgens hem

ook een leefbaar Oirschot worden. Vooral veiligheid in het dorp vindt hij belangrijk.

Er werd benadrukt dat Oirschot minder behoudend, maar juist vooruitstrevend moet zijn. Het zou daarbij ook kunnen helpen om ook jongere stakeholders op de eerste ondervindingen te laten reageren. Daarnaast sluit de strategie van Oirschot in het algemeen vooral aan op de regio Eindhoven, dus het is belangrijk om dat bij het schrijven van de centrumvisie ook in gedachten te houden. Tot slot moet volgens een deelnemer een kwaliteitsslag worden gemaakt wat betreft het aanbod in Oirschot.

- **3.3 Toetsingsworkshop jonge garde**

Doel: De eerste aanzet voor het DNA van het centrum van Oirschot werd gedaan tijdens de eerste workshop. Om het beeld nog scherper te krijgen werden de uitkomsten aan twee nieuwe groepen voorgelegd, in de vorm van toetsingsworkshops.

Doelgroep: Tijdens de DNA workshop werd door de deelnemers aangegeven dat het goed zou zijn om ook jongere stakeholders naar hun input te vragen. Hier werd het netwerk van de gemeente / Visit Oirschot voor geraadpleegd. Er waren 12 jonge stakeholders aanwezig.

Programma:

In de vorm van een Powerpoint-presentatie werden de opgehaalde resultaten uit de flitspeiling en uit de DNA workshop aan de deelnemers voorgelegd. Hier konden zij mondeling en door middel van Mentimeter op reageren.

Resultaten:

Sfeer centrum Oirschot

Allereerst werd de deelnemers in Mentimeter gevraagd waar zij aan denken bij het centrum van Oirschot. Deze vraag resulteerde in woordwolk, waarin de woorden 'sfeervol', 'gezelligheid' en 'historie' het meeste genoemd werden.

Kernkwaliteiten

Vervolgens werden de kernkwaliteiten en de concurrentiemix met de deelnemers gedeeld. Een groot deel van de eerste groep vond dit overzicht herkenbaar. Ook vonden zij dat kunst en cultuur in het rijtje terug moest komen. Historisch erfgoed wilden zij het liefste bovenaan het rijtje zien staan. Ook nabijheid van natuur mocht hoger in het overzicht komen, met daarbij de aanvulling aanwezigheid van water in het centrum (het Wilhelminakanaal).

Merkwaarden

Ook op het overzicht van de gekozen merkwaarden mochten de deelnemers reageren. Opnieuw vond het grootste deel van de groep dit rijtje herkenbaar. Wel werd gezegd dat er meer verjonging terug mocht komen. Woorden als ‘innovatief’ over ‘vernieuwend’ zouden zij graag terugzien.

Doelgroepen

De deelnemers mochten tevens in Mentimeter op het leefstijladvies reageren. De eerste groep gaf daar aan dat er rekening moet worden gehouden met de jongeren in Oirschot en wat zij willen. De meeste deelnemers konden zich goed in het advies vinden. Wel plaatsten ze er de kanttekening bij dat het niet te elitair of glorieus moet worden.

Kernpropositie

Tot slot werd de deelnemers gevraagd om een scherpe beschrijving van 1 à 2 zinnen te maken van het toekomstige centrum van Oirschot. Zij vulden de zin aan ‘Het centrum van Oirschot is (straks)...’, wat als input kon dienen voor de kernpropositie.

Hieronder is een greep uit de ingezonden kernproposities weergegeven:

... een monumentaal dorp met eigentijds karakter.

... een plaats waar mensen komen om mooie historie te zien, daarbij van Brabantse gastvrijheid te genieten en kwaliteit te ervaren.

... een aantrekkelijk dorp waar je een mooi winkelaanbod hebt dat je kunt combineren met goede horeca, maar ook kunt genieten van cultuur en historie.

• 3.4 Toetsingsworkshop intern

Doel: Net als bij de voorgaande toetsingsworkshop was het doel om een nog scherper beeld te krijgen van het DNA van het centrum van Oirschot. Er werd naar de mening van de deelnemers gevraagd over de eerder opgehaalde input.

Doelgroep: De toetsingsworkshop werd georganiseerd voor belangrijke stakeholders binnen de gemeente. Er waren 11 deelnemers aanwezig.

Programma:

Het eerste deel van de bijeenkomst was een presentatie van de resultaten van de DNA workshop met de aanvullingen van de eerste toetsingsworkshop. In het tweede deel werd aan de deelnemers input gevraagd om samen een prioriteitenmatrix in te vullen. Hierdoor werd getracht de *quick-wins* inzichtelijk te maken, ofwel veranderingen met een hoge impact die lage inspanning vereisen.

Resultaten:

Sfeer centrum Oirschot

In Mentimeter werd de deelnemers gevraagd waar zij aan denken bij het centrum van Oirschot. Dit resulteerde in een woordwolk, waarin 'monumentaal' en 'historie en authentiek' het meeste genoemd werden.

Kernkwaliteiten

Na het delen van de kernkwaliteiten en de concurrentiematrix met de deelnemers mochten zij hierop reageren. De meeste deelnemers konden zich goed vinden in het overzicht. Kunst en cultuur vonden zij een waardevolle aanvulling, maar niet alle deelnemers zouden deze boven horeca en winkelen plaatsen.

Merkwaarden

Ook over het overzicht van merkwaarden mochten de deelnemers hun mening geven. De meeste deelnemers waren het eens met de gekozen merkwaarden. Wel werd gezegd dat er op dit moment stilstand is in het centrum. Daarom vonden de deelnemers 'levendig' en 'bruisend' goede merkwaarden.

Doelgroepen

In Mentimeter reageerden de deelnemers op het leefstijladvies. Een van de deelnemers gaf aan dat het logisch klinkt, maar dat het behoudend overkomt. Een andere deelnemer vond de rustzoeker herkenbaar, maar vind de stijlzoeker wat lastiger te plaatsen. Tot slot zei een deelnemer zich te kunnen vinden in het advies, maar dat er een mogelijke mismatch is met de ambitie.

Kernpropositie

Tot slot werd de deelnemers gevraagd om in Mentimeter de volgende zin aan te vullen: 'Het centrum van Oirschot is (straks)...'. Dit kon als input dienen voor een kernpropositie, een scherpe beschrijving van 1 à 2 zinnen van het toekomstige centrum van Oirschot.

Hieronder is een greep uit de ingezonden kernproposities weergegeven:

- ... een aantrekkelijke historische omgeving waar het fijn vertoeven is.
- ... een gezellige huiskamer met een 'goed' tapijt en dito inrichting, waar auto's in de ban zijn en jong en oud elkaar ontmoeten, geborgen, met een 'uitgelicht' decor, onder een fris groen (nieuw) dak en voetjes in het koele water, hier wil ik zijn.
- ... een historisch, gezellig centrum. De moeite waard om te bezoeken.

• 3.5 Doe Mee workshop

Doel: Aan de hand van de resultaten van de Denk Mee workshop en toetsingsworkshops werd een eerste opzet van de brandsheet gemaakt en werden voor de centrumvisie drie scenario's uitgewerkt. In de Doe Mee workshop kregen de stakeholders nog een keer de mogelijkheid om hierop te regeren. Zo konden de stukken inhoudelijk worden verrijkt en ontstond er draagvlak onder de stakeholders.

Doelgroep: Alle stakeholders die uitgenodigd waren voor eerdere workshops, werden uitgenodigd voor de Doe Mee workshop. Er waren uiteindelijk ongeveer 20 deelnemers aanwezig, waaronder ondernemers, bewoners, werknemers van de gemeente en erfgoed beheerders.

Programma: Door middel van een Powerpoint-presentatie werden door Bureau Buhrs de uitkomsten van de voorgaande workshops met de aanwezigen gedeeld. Daarna presenteerde Bureau Stedelijke Planning de drie uitgewerkte ontwikkelscenario's voor de centrumvisie. Naar aanleiding van deze twee onderdelen kon door de deelnemers worden gereageerd of vragen worden gesteld. De deelnemers mochten de drie scenario's door middel van stickers beoordelen op economische vitaliteit, identiteit van Oirschot en uitvoerbaarheid. Aan thematafels werd vervolgens in groepen nagedacht over de uitwerking van de scenario's binnen thema's:

1. Retail aanbod / publieksvoorzieningen
2. Openbare ruimte
3. Evenementen
4. Parkeren & verkeer
5. Samenwerking

De resultaten hiervan werden plenair teruggekoppeld.

Resultaten:

Presentatie DNA

Over de woordwolk die de huidige sfeer van het centrum weergeeft, zeiden een van de deelnemers het volgende: er staan nu geen negatieve woorden in de woordwolk, dat is dus niet realistisch. Bij de merkwaarden zagen de deelnemers graag dat Oud Hollands vervangen werd door Oud Brabants.

De deelnemers gaven aan dat zij vinden dat er meer geïnvesteerd moet worden in erfgoed. Dit moet meegenomen worden in de centrumvisie.

Op de kernboodschap reageerden zij het volgende:

- Oirschot moet niet alleen beleefbaar zijn voor bezoekers, maar ook leefbaar voor bewoners. Er zou toegevoegd kunnen worden: 'om prettig te kunnen wonen'

- Andere dorpen in de buurt zouden ook aan kunnen sluiten bij deze kernboodschap. Is Oirschot dan wel uniek?
- Het woord 'eigentijds' moet nog worden toegevoegd

Verder kwamen de volgende zaken aan bod:

- Er zou meer uit de samenwerking met Oisterwijk kunnen worden gehaald. Je kunt met citymarketing meer inspelen op de mate waarin Oirschot en Oisterwijk elkaar aanvullen.
- De deelnemers zouden graag zien dat de gemeente makkelijker aanspreekbaar is.
- De gemeente zou meer moeten luisteren naar ondernemers, bijvoorbeeld bij de organisatie van evenementen. Sommige evenementen zorgen voor overlast en zouden volgens de deelnemers plaats moeten vinden buiten het centrum.
- Ondernemers moeten samen optrekken als het gaat om de organisatie van evenementen. Op dit moment is er geen ondernemersvereniging.

• 3.6 Resultaten Doe Mee workshop aanvullen

Doel: Om ervoor te zorgen dat de resultaten van de Doe Mee workshop op 12 juli juist en volledig waren en om inwoners de mogelijkheid te geven om mee te praten, zijn deze online gedeeld.

Doelgroep: Alle inwoners en ondernemers in Oirschot kregen de mogelijkheid hun reactie achter te laten. 33 mensen hebben uiteindelijk een reactie achter gelaten, waarvan 29 inwoners en 4 ondernemers.

Programma: De resultaten werden per thema op het platform doemee-oirschot.nl geplaatst. Onder ieder overzicht ideeën over een bepaald thema konden zij een reactie achterlaten.

Resultaat:

Door de 33 mensen zijn in totaal 69 reacties achtergelaten.

4 HET PROCES

In totaal is 681 keer de flitspeiling ingevuld. Verder zijn er ruim 30 stakeholders gesproken tijdens de verschillende bijeenkomsten en hebben 33 mensen hun reactie achter gelaten op de resultaten van de laatste workshop op het platform.

Op deze manier zijn bewoners en ondernemers uit alle leeftijdscategorieën uit Oirschot geraadpleegd. De reacties vanuit de bewoners en ondernemers over het participatietraject waren positief. De participatie zorgde voor veel input vanuit verschillende invalshoeken die Bureau Stedelijke Planning en Bureau Buhrs meenemen in het uitwerken van de centrumvisie.

BIJLAGE 4 VERSLAG EN OPBRENGST ALLIANTIELAB

Mooie opbrengst Alliantielab

Op 8 november 2021 vond in Brouwerij Vandeoirsprong het zogenaamde Alliantielab Centrum Oirschot plaats. Daar ontmoetten ruim 40 organisaties en ondernemers uit Oirschot elkaar om vraag en aanbod bij elkaar te brengen en allianties te smeden voor een aantrekkelijker en leefbaarder centrum. Hier kwamen 10 nieuwe, inspirerende samenwerkingen uit op de thema's evenementen, openbare ruimte en retail aanbod. De allianties vormen belangrijke input voor het voltooien van de centrumvisie. De allianties krijgen dan ook een plek in de uitvoeringsagenda van de visie.

Enthousiasme en eigenaarschap

De deelnemers gingen aan de slag met hun eigen aanbod: wat kunnen zij zelf ondernemen om het centrum nog aantrekkelijker en leefbaarder te maken? De allianties zijn daardoor echt ontstaan op basis van wat zij zelf te bieden hebben, waardoor eigenaarschap is ontstaan en enthousiasme om de allianties tot uitvoer te brengen.

Hoe verder

Elke alliantie is voorzien van een beschrijving, deelnemers van de alliantie en een trekker, die de komende tijd aan de slag gaat om de betrokkenen bij elkaar te brengen en de allianties een stap verder te brengen. Op de avond van 8 november zijn de allianties feestelijk beklonken, maar de echte uitvoering moet de komende tijd volgen.

ALLIANTIEAKKOORD

Onderstaande partijen hebben op 8-11-2021 te Oirschot de intentie uitgesproken om...

TITEL ALLIANTIE

Fiets- en voetgangersvriendelijk centrum

WAT GAAT DE ALLIANTIE DOEN?

Plannen maken
Ideeën verzamelen (voorbeelden)

WIE VORMEN DE ALLIANTIE?

Sophie den Ouden	Alexander Schiebroek
Henriëtte Smetsers	Gabriëlle van Alphen
Peter van Dijk	Toby Brekelmans
Hans van de Schoot	Caspar van Hoek

WIE / WAT VERDER NODIG?

TREKKER EN VERVOLGAFSPRAAK

Caspar van Hoek



Bureau Steedelijke Planning

**BUREAU >>>>
STEDELJKE >>>>
PLANNING >>>>**

Oirschot



ALLIANTIEAKKOORD

Onderstaande partijen hebben op 8-11-2021 te Oirschot de intentie uitgesproken om...

TITEL ALLIANTIE	
Ontwikkelen van een leefbare groene markt	
WAT GAAT DE ALLIANTIE DOEN?	
Met elkaar bedenken hoe je de markt leefbaarder en groener kan krijgen. Een samenwerking van gemeente, horeca, evenementen en bewoners.	
WIE VORMEN DE ALLIANTIE?	
Roel van de Ven Sjoerd Smetters Peter van Dijk	David en Michelle Smits Frans Adriaanse Cees Oudekerk
WIE / WAT VERDER NODIG?	
Gemeente Goede communicatie: verschillende partijen Budget Groenplan	Goede infrastructuur (evenementen) Speelgelegenheid voor kinderen Fietsenstalling Openbaar toilet
TREKKER EN VERVOLGAFSPRAAK	
Peter van Dijk	

I



Bureau Belus

**BUREAU >>>>
STEDELUKE >>>>
PLANNING >>>>**

Oirschot



ALLIANTIEAKKOORD

Onderstaande partijen hebben op 8-11-2021 te Oirschot de intentie uitgesproken om...

TITEL ALLIANTIE	
Openbare toiletten	
WAT GAAT DE ALLIANTIE DOEN?	
Gemeentelijke taak	
WIE VORMEN DE ALLIANTIE?	
Toby Brekelmans	Cees Oudekerk
Carl van Alphen	Michelle Smits
Henriëtte Smetsers	Michel van den Molengraft
WIE / WAT VERDER NODIG?	
Gemeentelijke voorziening / financiën	
Kiosk plaatsing + onderhoud + bewegwijzering / routing	
TREKKER EN VERVOLGAFSpraak	
Michel van den Molengraft	



Bureau Steedelijke Planning

**BUREAU >>>>
STEDELJKE >>>>
PLANNING >>>>**

Oirschot



Onderstaande partijen hebben op 8-11-2021 te Oirschot de intentie uitgesproken om...

Erfgoed

Cultuur historische kennis

Han Hendrikse: Amalia zorg

Marijke Gast: Makelaar

Inventarisatie historische routes

Frans Adriaanse



Doreen Butler

BUREAU >>>>
STEDELIJKE >>>
PLANNING >>>

Oirschot



TITEL ALLIANTIE	
Waterfront	
WAT GAAT DE ALLIANTIE DOEN?	
Het kanaalfront benutten (blauwe corridor)	
WIE VORMEN DE ALLIANTIE?	
Piet Machielsen Toine Hooft André van de Ven Cees Oudekerk	Anne Marie Rossou Wim Jansen Carl en Gabriëlle van Alphen
WIE / WAT VERDER NODIG?	
Rijkswaterstaat Gemeente Oirschot	Buurtgroepen (de Hei, de Kemmer etc.)
TREKKER EN VERVOLGAFSPRAAK	
Piet Machielsen en Cees Oudekerk	



BUREAU >>>>
STEDELIJKE >>>
PLANNING >>>

Oirschot



ALLIANTIEAKKOORD

Onderstaande partijen hebben op 8-11-2021 te Oirschot de intentie uitgesproken om...

Juiste retailer op juiste plek

WAT GAAT DE ALLIANTIE DOEN?

Verkenkende gesprekken aangaan voor behoefte van de diverse partijen. Dit vanuit het profiel van Oirschot.

Maikel Baijer (Lidl)
Jan van Boomen (KHN)
Toine Hooft

Stijn Verdonschot
Piet Machielsens

André van de Ven/Ad van Laarhoven
Pandeigenaar Lidl
BPD (Rabobank)

Thieu de Kroon
Afdeling R.O. Gemeente

Stijn Verdonschot → datum indienen (begin januari)



BUREAU >>>>
STEDELUKE >>>
PLANNING >>>

Oirschot



Onderstaande partijen hebben op 8-11-2021 te Oirschot de intentie
uitgesproken om...

Kunst Kiosk

- Zoeken medestanders
- Contact gemeente
- Uitdragen idee

Michel van den Molengraft
Gerjan Hoefs

Draagvlak	Subsidie
Informatie	Ontwerp criteria
Contact gebruikers	

Michel van den Molengraft (spoedig)



BUREAU >>>>>
STEDELIJKE >>>
PLANNING >>>

Oirschot



ALLIANTIEAKKOORD

Onderstaande partijen hebben op 8-11-2021 te Oirschot de intentie uitgesproken om...

Weet wat je waard bent!

Workshop reviewmanagement in het museum De Vier Quartieren

Gerian Hoefs (Museum)
Anne Marie Rossou (Visit Oirschot)
Piet Machielsen (Gemeente)

Spreker	Concreet & Follow-up
Locatie(s)	Deelnemers!

Anne Marie Rossou en Gerian Hoefs



BUREAU >>>>
STEDELUKE >>>
PLANNING >>>

Oirschot



ALLIANTIEAKKOORD

Onderstaande partijen hebben op 8-11-2021 te Oirschot de intentie uitgesproken om...

TITEL ALLIANTIE

"D'ouwe Enck"

WAT GAAT DE ALLIANTIE DOEN?

Ontwikkelen nieuwe initiatieven

WIE VORMEN DE ALLIANTIE?

Frank van Laarhoven
Louis van Overdijk

WIE / WAT VERDER NODIG?

Ondersteuning van verenigingen en samenleving

TREKKER EN VERVOLGAFSPRAAK

Louis van Overdijk



**BUREAU >>>>
STEDELUKE >>>>
PLANNING >>>>**

Oirschot



ALLIANTIEAKKOORD

Onderstaande partijen hebben op 8-11-2021 te Oirschot de intentie uitgesproken om...

TITEL ALLIANTIE	
Events Oirschot 2.0	
WAT GAAT DE ALLIANTIE DOEN?	
'Interne' evenementenagenda Creatieve denktank Werkgroep vormen → Wie?	
WIE VORMEN DE ALLIANTIE?	
Camperplaats Visit Oirschot St. OMD	Stichting Evenementen Oirschot Mitra Hans en Hans Triatlon Groene Woud
WIE / WAT VERDER NODIG?	
Land van Oirschot Retailers Horeca	
TREKKER EN VERVOLGAFSPRAAK	
Visit Oirschot → afspraak begin januari	



Bureau Buhrs

**BUREAU >>>>>
STEDELJKE >>>>>
PLANNING >>>>>**

Oirschot



