

Seinpost

ADVIESBUREAU BV

Detailhandel en horeca in Goirle en Riel

Achtergronddocument

Seinpost Adviesbureau BV

Arnhem, juni 2009

Detailhandel en horeca in Goirle en Riel

Achtergronddocument

Seinpost Adviesbureau BV

Uitgebracht aan:
Gemeente Goirle

Seinpost Adviesbureau BV
Drs. M.J.M. (Mathieu) Vaessen
M. (Mirjam) Fokkema MSc
M. (Michiel) van Hoof MSc

Projectnummer: 28018

© Seinpost Adviesbureau BV. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vervoelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enigerlei wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Arnhem, juni 2009

Inhoudsopgave

1	Algemene context	1
1.1	Wat is een achtergronddocument?	1
1.2	Wat is een visie op detailhandel en horeca?	1
1.3	De houding van de gemeente Goirle	2
1.4	Economisch beleid en toekomstvisie	3
1.5	Buitengebied	5
2	Goirle	7
2.1	Het winkelaanbod in Goirle	7
2.2	Commerciële dienstverlening en horeca	10
2.3	Het consumentengedrag	13
2.4	De ondernemers aan het woord	14
2.5	Positie en standpunt gemeente Goirle	16
2.6	Confrontatie vraag en aanbod in Goirle	19
3	Riel	25
3.1	Commerciële voorzieningen	25
3.2	Positie en standpunt gemeente	26
3.3	Draagvlakanalyse	27
4	Trends en ontwikkelingen	29
4.1	Voorzieningenstructuur	29
4.2	De consument	29
4.3	Conjunctuur	32
4.4	Voorzieningenaanbod	33
5	Goirle in perspectief	37
5.1	Regionale ontwikkelingen	37
5.2	Invloed op aanbod in Goirle	38
6	Werkgelegenheid en starters	41
6.1	Werknemers in detailhandel en horeca	41
6.2	Werkgelegenheid in Goirle	45
6.3	Startersbeleid	46
	Bijlagen	49
	Bijlage 1: Aanbod detailhandel	49
	Bijlage 2: Lijst van geïnterviewden	53
	Bijlage 3: Overzicht van de bronnen	55
	Bijlage 4: Functionele structuur centrumplan	57

1 Algemene context

1.1 Wat is een achtergronddocument?

Opzet, volgorde en leeswijzer

Dit eindrapport valt uiteen in twee delen: een visie en een achtergronddocument. De visie, die in een apart document wordt aangeboden, is gebaseerd op de analyse van de bestaande situatie. Zo worden de uitdagingen en veranderingen in de toekomst, die voor de sectoren detailhandel en horeca een rol spelen, binnen de context van vandaag de dag onderzocht.

In dit achtergronddocument wordt deze analyse weergegeven door een overzicht te bieden van de huidige feiten en ontwikkelingen in de gemeente Goirle. De dorpen Goirle en Riel worden beschreven door verschillende aspecten aan te halen. De beoordeling van het winkelaanbod, horeca-aanbod en commerciële dienstverlening heeft daarin een centrale plaats. Tevens is aandacht voor de rol van werkgelegenheid en startende bedrijvigheid in bovengenoemde sectoren. Voorafgaand wordt in deze paragraaf kort ingegaan op de vraag wat een detailhandels- en horecavisie inhoudt en de rol van de lokale overheid in dit beleid.

1.2 Wat is een visie op detailhandel en horeca?

Dynamische winkelplanning

Een detailhandels- en horecavisie is nieuw voor de gemeente Goirle. Tot nu toe zijn losstaande projecten leidend geweest in de sturing van de ontwikkeling van de detailhandel en de horeca door de lokale overheid. Hiermee wordt bedoeld dat veel distributieplanologisch onderzoek is voortgekomen uit verzoeken ter ondersteuning van nieuwe projecten. Een overkoepelende visie was niet beschikbaar. Het is ook geen vereiste voor een leefbaar dorp. Toch vragen steeds meer gemeenten om een visie die verder gaat dan een kwantitatieve inschatting van de mogelijkheden. Zo ook Goirle.

De Nederlandse discussie over de invulling en uitvoering van dit type beleid kent al een lange geschiedenis. Het distributieplanologisch onderzoek zou niet meer voldoen aan de eisen van de nieuwe planningspraktijk.

Door verschillende partijen wordt dynamische winkelplanning voorgesteld als een goed alternatief. Hierin zou meer nadruk moeten komen te liggen op groei en ontwikkeling, in plaats van op bescherming. Gemeenten, ondernemers en vastgoedeigenaren moeten in dit proces samenwerken.

Geconstateerd wordt dat de sturende werking van de overheid niet langer berust op sancties en autoriteit. Deze verandering wordt vaak aangegeven door de verschuiving van government naar governance. Van belang hierbij is dat de overheid bewust is van haar beperkingen, maar niet meteen minder "macht" heeft. Inzicht in de sturingsmogelijkheden en wenselijkheid van deze uitvoering vereist duidelijkheid. Toch zal blijken dat deze duidelijkheid moeilijk te realiseren is.

De verandering in positie van de overheid valt samen met processen als globalisering, informatietijdperk, innovatie en de 'new-worldeconomy'. Netwerken van bedrijven, individuen en instellingen op verschillende schaalniveaus spelen een steeds belangrijkere rol in de aansturing van sociaal economische processen. Landsgrenzen zijn minder bepalend en tradities worden doorbroken. De vanzelfsprekendheid van 'plannen door de overheid' is hiermee komen te vervallen.

1.3 De houding van de gemeente Goirle

Open planproces

Zoals aangegeven in de inleiding van het visiedocument heeft de gemeente Goirle behoefte aan een afwegingskader voor nieuwe initiatieven in de gemeente. De noodzaak hiertoe werd tijdens het visievormingsproces steeds duidelijker. Dit is een open proces geweest waarin de betrokkenheid van ondernemers en overige actoren een belangrijke rol heeft gespeeld bij het bepalen van de koers voor de toekomst. Het beargumenteren en innemen van standpunten bleek hierbij soms best lastig, en ook tot hoever een visie vorm moet krijgen in praktische aanpak. Deze vorm van interactieve beleidsvorming wordt ondersteund door het bestuursdocument '2006-2010'. Participatie in het denkproces wordt zeer van belang geacht door dit bestuur, maar tegelijkertijd leidt deze houding ook tot een koers waarin publieke- en private partijen gezamenlijk afspraken moeten maken over de toekomst. Een open houding vereist inzicht in (on)mogelijkheden van alle betrokken partijen. Tijdens het proces voor de opmaak van deze visie is getracht zoveel mogelijk partijen kennis te laten maken met elkaars werkgebied.

1.4 Economisch beleid en toekomstvisie

Beeld van de gemeente Goirle in 2015

De gemeente Goirle beschikt over twee kaderstellende nota's die van belang zijn voor het beleid voor de detailhandel en horeca. Dit zijn de economische nota en de toekomstvisie.

Toekomstvisie Goirle, groen en sociaal

De *Toekomstvisie: 'Goirle, groen en sociaal'* schetst vanuit vier invalshoeken de gewenste ontwikkelingsrichting voor Goirle in 2015, namelijk sociaal, economisch, fysiek en bestuurlijk. De inzet is minder ad-hoc beleid door integraal beleid op te stellen voor wonen, werken, zorg, recreëren en scholing. Op het gebied van economische ontwikkeling wil Goirle een kwaliteitsslag maken; revitalisering van Tijnvoort, ontwikkeling van het Kloosterplein en benutting van kansen op het gebied van recreatie en zorg zullen daaraan bijdragen. De ontwikkelingsrichting zoals die in de toekomstvisie wordt geschetst is kaderstellend voor het economisch beleid. Dat wil zeggen dat de accenten voor het economisch beleid zijn aangegeven, maar dat een nadere uitwerking zeker noodzakelijk is.

Natuurlijke omgeving en dichtbij de stad

In de toekomstvisie staat dat de gemeente Goirle bekend wil staan als een aantrekkelijke toeristisch-recreatieve gemeente binnen de regio Midden-Brabant. De omgeving van Goirle is rijk aan natuurschoon, met als belangrijkste trekker de 'Regte Heide'. Marketing zou zich vooral moeten richten op wandelen en fietsen en het Bourgondisch genieten van horeca, shopping en cultuur.

Economisch beleid Goirle onderneemt in 't Groen

In de nota economie wordt het beeld gegeven van Riel als een aantrekkelijke kern om in te wonen en die beschikt over detailhandel voor de dagelijkse boodschappen en enkele horecafaciliteiten. De detailhandel in het centrum van Goirle kent een bredere structuur en wordt gekenmerkt door een eigentijds karakter, onder andere door de aanwezigheid van kleine, aansprekende winkels. Buurstad Tilburg kent een uitgebreid aanbod van 'ketenwinkels', terwijl het aanbod in Goirle meer onderscheidend is. Het centrum van Goirle is extra aantrekkelijk voor inwoners en recreanten door een goede samenwerking tussen ondernemers in de driehoek horeca-shopping-cultuur, wat onder andere tot uiting komt in veel arrangementen en diverse

evenementen.

Goirle heeft tevens de ambitie om een kwaliteitsslag in de lokale economie te realiseren. Kernwoorden hierbij zijn: vernieuwing van de productiestructuur, uitbreiding van de werkgelegenheid en een bloeiende lokale economie.

Daarentegen is het niet de bedoeling om veel nieuwe bedrijven aan te trekken en een grote speler te worden in de regionale economie. Het ambitieniveau dat hieruit afgeleid kan worden is:

'Versterken van de lokale economie zonder afbreuk te doen aan het groene karakter van de gemeente'.

Het ambitieniveau geeft aan dat bestaande bedrijven in Goirle verder kunnen groeien, maar dat er voorzichtig wordt omgegaan met het aantrekken van nieuwe bedrijven. Het streven is om in de periode tot 2015 een beperkte uitbreiding van de werkgelegenheid en een bloeiende lokale economie te realiseren.

Kloosterplein

Een belangrijk project dat binnen de kaders van bovengenoemd beleid wordt ontwikkeld, is het vergroten en vernieuwen van het Kloosterplein. Het is de bedoeling dat het Kloosterplein meer betekenis zal krijgen als het 'hart van Goirle', waar de nadruk ligt op horeca en terrassen. Tevens zal het gebouw waarin de bank is gevestigd, gesloopt worden. Om het centrumgebied meer betekenis te geven als woonomgeving is in het centrumplan een relatief groot aandeel woningen opgenomen.



1.5 Buitengebied

Het buitengebied van Goirle, Riel, Gorp, Rovert en Breehees beschikt over een klein aantal vestigingen op het gebied van detailhandel en horeca. In de visie Buitengebied in Beweging! (BiB!) wordt een toekomstbeeld voor het buitengebied geschetst. Hierin staat onder andere dat steeds meer ruimte wordt geboden aan nevenactiviteiten bij agrarische bedrijven. Ook wordt een beperkte ontwikkeling van detailhandel en horeca in het buitengebied gestimuleerd. Dit gebeurt echter slechts kleinschalig, omdat deze functies niet primair in het buitengebied thuis horen. De visie BiB! geeft de kaders waarbinnen deze ontwikkelingen in het buitengebied mogelijk zijn.

Een specifieke ontwikkeling in het buitengebied is het oprichten van een Recreatieve Poort. Bij deze voorziening zal ook horeca worden gerealiseerd. Deze horecagelegenheid zou een aanvulling moeten zijn op het totale aanbod binnen de gemeente Goirle en kan leiden tot versterking van het geheel. In het buitengebied zijn verder geen grootschalige ontwikkelingen te verwachten. Daarom wordt in dit onderzoek het buitengebied niet specifiek uitgelicht.

2 Goirle

De gemeente Goirle bestaat uit de kernen Goirle (20.042 inwoners) en Riel (2.270 inwoners). De buurgemeenten van Goirle zijn Tilburg, Ravels, Alphen-Chaam, Hilvarenbeek en Gilze-Rijen. De dichtstbijzijnde grote steden zijn Tilburg, Turnhout (BE) en Breda. In dit hoofdstuk wordt de huidige structuur en functioneren van het commercieel aanbod in Goirle beschreven, het volgende hoofdstuk beschrijft de situatie in Riel.

2.1 Het winkelaanbod in Goirle

De nieuwe Hovel in het centrum

In december 2007 is het nieuwe winkelgebied in het centrum van Goirle geopend. De slag die gemaakt is in Goirle is fors. De Hovel bestaat uit ongeveer 6.000 m² nieuwbouw aan winkels en een groot aantal appartementen, met daaronder een parkeerkelder voor ongeveer 300 auto's, waarvan 200 voor winkelend publiek en 100 voor bewoners. Het nieuwe deel is gedeeltelijk gekoppeld aan bestaande bouw en heeft de structuur van het bestaande winkelgebied ingrijpend gewijzigd. Dat was ook nodig, omdat het oude winkelgebied stamde uit de jaren zeventig en geconstateerd was dat ondernemers omzet misliepen. Dat heeft geleid tot een investering van tientallen miljoenen euro 's. Veel van de winkels in Goirle zijn op een andere plaats teruggekomen (ongeveer 75% van de invulling van de nieuwbouw zijn bestaande winkels). Belangrijke trekkers als AH, HEMA, Blokker en EM-TE hebben hun plek gevonden in het vernieuwde promenadegebied.

In de tabel op de volgende pagina is de totale omvang van de detailhandel in Goirle beschreven in vergelijking met plaatsen in Nederland van vergelijkbare omvang. Goirle wordt in dit overzicht vergeleken met kernen van 10.000 tot 20.000 inwoners. Deze vergelijking met dorpen van dezelfde omvang¹ laat zien dat de winkels in de dagelijkse sector zowel wat betreft aantal als vloeroppervlak 'laag scoren'. Het aantal van vier supermarkten voor een kern als Goirle is als gemiddeld te beschouwen. Er is wel een breder scala aan speciaalzaken in de dagelijkse sector te vinden.

¹ Wel moet bedacht worden dat Goirle boven deze categorie ligt. Toch is gekozen voor deze categorie gezien de ligging in de directe nabijheid van Tilburg.

Tabel 2.1: Vergelijking Goirle met kernen van vergelijkbare omvang in 2008²						
	Goirle (20.042 inwoners)			Gemiddeld voor plaatsen met 10.000 – 20.000 inwoners		
	Aantal	m ² wvo ³	m ² wvo per 1.000 inw.	Aantal	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.
Totaal dagelijks	28	5.771	288	31	6.146	350
<i>Supermarkt</i>	4	3.795	189	-	-	-
<i>Speciaalzaken</i>	24	1.976	99	-	-	-
Totaal niet-dagelijks	80	15.148	756	96	25.702	1.467
<i>Luxe en mode</i>	41	5.290	264	40	6.040	344
<i>Vrije tijd</i>	13	1.483	74	13	1.872	107
<i>In & om huis</i>	24	7.564	377	38	16.893	965
<i>Overig</i>	2	811	40	5	897	51
Leegstand	7	1.137	57	10	2.139	122
Totaal	115	22.056	1.101	127	31.848	1.817

De vergelijking met de niet-dagelijkse winkels geeft ook aan dat Goirle laag scoort in vergelijking met plaatsen van dezelfde omvang. Zowel het aantal als het totale vloeroppervlak is beduidend minder. Het verschil manifesteert zich vooral in de sector *in en om het huis*. Daar vallen meubelwinkels, tuincentra en bouwmarkten onder (zie voor specifieke onderverdeling bijlage 1). Dit zijn winkels die zich echter steeds minder vaak vestigen in dorpen en kleinere steden.

De weekmarkt

In Goirle wordt op donderdagochtend markt gehouden op de parkeerplaats van het Kloosterplein. Hier staan ruim tien exploitanten, vooral gericht op het

² In het overzicht is gebruikt gemaakt van de gegevens van Locatus situatie 2008, aangevuld met gegevens van de verhuurder van De Hovel en de beschikbare cijfers van de gemeente.

³ Wvo is winkelverkoopvloeroppervlak (voor de consument toegankelijke winkelruimte).

foodaanbod. Op zaterdagochtend staan er nog twee kramen in Goirle.

Situering van het voorzieningenaanbod in Goirle

Het dagelijks aanbod ligt geconcentreerd in het centrum van Goirle. De horecavestigingen daarentegen zijn zeer verspreid over Goirle (zie volgende paragraaf). In Goirle-centrum kan een onderscheid gemaakt worden tussen het aanbod op De Hovel en de Tilburgseweg. Het niet-dagelijks aanbod en de dienstverlening zijn volop te vinden aan de Tilburgseweg. Op De Hovel is de combinatie van dagelijks en niet-dagelijks sterk vertegenwoordigd.

Tabel 2.2: Voorzieningenstructuur Goirle in 2008						
	Goirle-Centrum ⁴		Van Hogendorpplein		Overig Goirle	
	Aantal	m ² wvo	Aantal	m ² wvo	Aantal	m ² wvo
Leegstand	2	148	1	108	4	881
Dagelijks	19	4.684	2	858	7	229
Niet-dagelijks	50	6.670	1	26	29	8.452
Horeca	6	-	3	-	18	-
Dienstverlening	13	-	-	-	27	-
Totaal	90	11.502	7	992	85	9.562

Boodschappendorp

Goirle is in de huidige vorm te typeren als een boodschappendorp met leuke winkelaccenten. Het aanbod in het centrumgebied leunt vooral op het dagelijks aanbod, zoals de supermarkten, versspeciaalzaken en drogisterijen. Daarnaast zijn er voldoende mogelijkheden om op het gebied van mode en schoenen aankopen te doen. Ondanks het kwalitatieve goede aanbod mist het centrum nog steeds een bruisende sfeer. De vernieuwing van De Hovel heeft de aanblik van het centrum sterk verbeterd en de mogelijkheden voor het langer verblijven zijn vergroot. Er is echter nog geen winkelcircuit ontstaan tussen de Tilburgseweg en de Hovel, bijvoorbeeld met een centrale ontmoetingsplek. Losse elementen op het gebied van cultuur en horeca zijn wel in Goirle te vinden, maar de synergie tussen het winkelaanbod en vermaak moet versterkt worden.

⁴ Goirle-centrum bestaat uit het winkelcentrum De Hovel en deels de Tilburgseweg vanaf de ALDI-supermarkt tot aan De Hovel.

Het dagelijks aanbod is goed vertegenwoordigd in het centrum. Drie supermarkten in het hoog-, midden- en laagsegment zorgen voor een sterke aantrekkingskracht. De speciaalzaken sluiten goed aan op het aanbod, alhoewel de locatie niet altijd de meest ideale is. Op het Van Hogendorpplein is een supermarkt te vinden in het hoge segment en een bakker; fastfood vult dit aanbod aan en er is wat leegstand. Dit plein functioneert als het enige buurtwinkelcentrum in Goirle op relatief korte afstand van het centrumgebied.

2.2 Commerciële dienstverlening en horeca

Het beeld van de bedrijvigheid die niet behoort tot detailhandel, maar die wel in (de gemeente) Goirle is gevestigd, is eveneens zo belangrijk. Steeds meer zijn ook de dorpscentra niet meer mono-functioneel, maar bevatten ze een scala aan bedrijvigheid. In dit aanbod is onderscheid mogelijk en dit bepaalt zo mede het karakter en het imago van een dorp.

In de tabel is een vergelijking gemaakt met dorpen van dezelfde omvang. De grootte van de kern Goirle ligt op de grens van twee categorieën. Gezien de ligging nabij Tilburg is een vergelijking met de klasse 15.000 tot 20.000 inwoners het meest reëel. Wat opvalt is dat Goirle wat betreft horeca en dienstverlening lager scoort in vergelijking met kernen van dezelfde omvang.

	Goirle (20.042)	Gemiddeld voor plaatsen met 15.000 – 20.000 inwoners	Gemiddeld voor plaatsen met 20.000 – 30.000 inwoners
Leisure	32	39	54
- horeca	27	33	47
- cultuur	3	4	4
- ontspanning	2	2	3
Diensten	35	46	61
- verhuur	2	2	3
- ambacht	18	18	24
- financiële instelling	7	11	13
- particuliere dienstverlening	8	15	21
Totaal (aantal)	67	85	115

Aanwezig, maar verspreid

Het horeca-aanbod is verdeeld over de categorieën cafés, restaurant en fastfood. Al deze types zijn vertegenwoordigd met uitzondering van de hotelsector. De vestigingen liggen zeer verspreid, veelal langs de aanloopstraten, over Goirle. Deze structuur is historisch zo gegroeid; veel sociale functies zijn gekoppeld aan deze horecagelegenheden in de wijken. Rondom het Kloosterplein zijn wel twee kleine concentraties aan te wijzen. De eerste concentratie is te vinden bij het Kloosterplein en De Hovel. Hier zijn vooral restaurants en lunchrooms te vinden. En de tweede concentratie ligt ter hoogte van de kruising van de Sint Jansstraat en de Tilburgseweg. Hier zijn meer cafés gevestigd.

Tabel 2.4: Totaal aantal bedrijven per sector in Goirle	
Drankensector	7
Fastfoodsector/Grillroom	7
Lunchroom	3
Café/Restaurantsector	10
Hotelsector	-
Totaal horeca en cateringbedrijven	27

In de schaduw van Tilburg

Om een vergelijking gemeentebreed te maken zijn slechts gegevens per 10.000 inwoners voorhanden. De conclusie die hieruit te trekken is dat de gemeente Goirle een 'benedengemiddeld' aanbod heeft. Dit in vergelijking met het gemiddelde in Nederland in de klasse 15.000-20.000 inwoners en zeker met steden van iets grotere omvang. Ook hier is de ligging van Goirle in de nabijheid van Tilburg een verklaring van deze lage omvang. Het totaalbeeld van het aanbod in de horeca verschilt van de cijfers in de vorige tabellen. Dit komt omdat in het overzicht van de cijfers van het bedrijfschap Horeca en Catering ook de cijfers zijn meegenomen in het overzicht van de drankensector van horecavestigingen zoals bij sportaccommodaties. Vooral de restaurantsector en hotelsector is ondervertegenwoordigd in vergelijking met de andere categorieën.

Tabel 2.5: Cijfers aantal bedrijven per 10.000 inwoners⁵				
	Gemeente Goirle	Gemiddelde gemeenten tot 25.000 inwoners	Gemiddelde provincie Noord-Brabant	Gemiddelde Nederland
Drankensector	10,3	11,9	11,4	10,9
Fastfoodsector	6,3	5,1	6,3	6,1
Restaurantsector	3,1	6,5	5,9	6,6
Hotelsector	0,0	2,9	1,0	1,8
Partycaterers	0,4	0,5	0,5	0,5
Gecaterd bedrijfsrestaurant	1,8	0,8	2,2	2,6
Totaal horeca en cateringbedrijven	22,0	27,7	27,4	28,4

Horeca- en evenementen beleid

Een horecanota bestaat niet binnen de gemeente Goirle⁶. Daarentegen bestaan er wel afspraken over sluitingstijden die zijn vastgelegd in de APV en biedt het bestemmingsplan beperkte ruimte voor nieuwe vestigingen of uitbreiding van bestaande horecagelegenheden. De gemeente beschikt wel over terrassenbeleid. Doel van dit beleid is om terrassen aantrekkelijk te maken en te houden in een goede samenhang met de andere publieksfuncties en de inrichting van de openbare ruimte binnen de gemeente. In het evenementenbeleid staan de regels omtrent het houden van een evenement opgenomen.

Kloosterplein: een nieuw hart voor Goirle!

De plannen voor het vergroten van het Kloosterplein zijn met een stedenbouwkundige visie (2008) in beeld gebracht. Niet alleen de sloop van het bankgebouw, maar ook de aanpak van de openbare ruimte, de verbetering van de verkeerscirculatie en de versterking van de oost-west en noord-zuid as plus de verbinding met het Brabantse landschap worden benoemd. Dit moet leiden tot een nieuwe ontmoetingsruimte met een duidelijk accent op de horeca. De visie omvat ondermeer de volgende elementen:

- De Tilburgseweg is onderdeel van de herinrichting;

⁵ De cijfers in deze tabel zijn afkomstig van het bedrijf Horeca en Catering.

⁶ Er is wel een Hotelmarktstudie Midden-Brabant in 2007 verricht door de Kamer van Koophandel waar de gemeente Goirle ook bij betrokken is geweest.

- Het Kloosterplein loopt ruimtelijk gezien vanaf het klooster tot aan de kerk en behoeft een sterkere begrenzing aan de noordzijde;
- Het Kloosterplein zelf moet meer gaan leven door de vestiging van publiekstrekkingen aan het plein;
- Het plein zelf moet aantrekkelijk zijn als verblijfsgebied en tegelijkertijd ruimte bieden aan evenementen;
- Het verkeerssysteem op het Kloosterplein moet minder dominant worden en het plein niet ruimtelijk verdelen;
- De parkeerroute behoudt zijn doorgaande karakter maar past zich wat uiterlijk betreft aan het plein aan;
- Vanaf het kerkplein moet de ruimtelijke relatie met het buitengebied sterk worden.

2.3 Het consumentengedrag

Koopstromenonderzoek

In opdracht van de Kamer van Koophandel Midden Brabant is in 2006 een onderzoek uitgevoerd naar het gedrag van de consument in de gemeenten Dongen, Gilze en Rijen, Goirle, Hilvarenbeek, Oisterwijk en Waalwijk. Deze onderzoeken vormen vaak een belangrijke ondergrond voor het monitoren van het koopgedrag in de detailhandel.

De koopkrachtbinding is het percentage van de lokale inwoners dat in de eigen kern aankopen doet. De toevloeiing is een percentage van de omzet dat door niet-Goirlenaren wordt gerealiseerd. Uit de cijfers van het koopstromenonderzoek in 2006 blijkt dat de binding in de dagelijkse sector (supermarkten e.d.) en de niet-dagelijkse sector relatief laag is. De afvloeiing vindt met name plaats naar Tilburg.

Kwalitatieve beoordeling consument

In het koopstromenonderzoek is tevens gevraagd naar de waardering van de winkelvoorzieningen. Positief zijn de nabijheid van het aanbod en de verscheidenheid van het aanbod in de niet-dagelijkse sector. Verbetersuggesties zijn toename van groen en horeca en betere parkeermogelijkheden. Men is redelijk tevreden over het aanbod in Riel, maar mist meer winkels en een winkelcentrum. Het is van belang de wens van de consument te relativeren; deze is zich niet altijd bewust van de economische context.

2.4 De ondernemers aan het woord

Stichting Detailhandel Goirle (SDG)

In Goirle bestaan vier ondernemersverenigingen, te weten: winkeliersvereniging de Hovel, ondernemersvereniging Tilburgseweg, ondernemersvereniging buitengebied en middenstandsvereniging Riel. Allen zijn gezamenlijk vertegenwoordigd in de Stichting Detailhandel Goirle. Deze overkoepelende organisatie onderhoudt het contact met de gemeente en behartigt de belangen van alle leden van de ondernemersverenigingen. De horecaondernemers starten in het najaar van 2008 een belangenvereniging, maar worden ook vertegenwoordigd door de SDG.

De belangrijkste speerpunten voor de Stichting Detailhandel Goirle zijn:

- Samenwerken en krachten bundelen.
- Bovenlokale koopkracht stimuleren door combinatie te zoeken in het aanbod van horeca, winkelen en cultuur.
- Meer aandacht voor evenementen en promotionele activiteiten, positief imago van Goirle moet regionaal bekend zijn.
- Meer recreatiemogelijkheden om de sterke kracht van Midden Brabant te benutten.
- Versterken horecaconcentratie op het Kloosterplein en gebruik maken van de combinatiemogelijkheden met Cultureel Centrum Jan van Besouw.
- De sterke punten van Goirle zijn natuur (fiets- en wandelroutes, maar ook de heemkundekring), sport, muziek (het verenigingsleven in Goirle) en theater (aanbod in Jan van Besouw).
- Tegengaan perifere detailhandelsontwikkelingen in de regio.

Belangenvereniging horeca Goirle en Riel

In de gemeente Goirle wordt hard gewerkt aan de oprichting van een subvereniging van de Stichting Horeca Tilburg. Vestigingen van horeca-ondernemers liggen in Goirle zeer verspreid en veelal functioneren de ondernemers solitair. Toch wordt steeds meer ingezien dat het van belang is om samen te werken. Het benadrukken van het belang van goede afspraken tussen gemeente, politie en horecaondernemers staat voorop. De sociale controle in cafés, die uitgaat van de ons-kent-ons sfeer in een dorp is een belangrijk item voor de ondernemers.

Evenementen worden gezien als belangrijk onderdeel voor de levendigheid van Goirle. De ondernemers willen graag volop betrokken zijn bij deze evenementen. Bovendien willen ze graag meer gebruik maken van de combinatiemogelijkheden tussen winkels, horeca en cultuurvoorzieningen. Ze zien voldoende kansen om het huidige aanbod in de horeca uit te breiden en in te spelen op de diversiteit aan consumenten.

Indrukken uit gesprekken met ondernemers

De ondernemers in de detailhandel geven aan dat de consumenten vooral afkomstig zijn uit Goirle, Riel, Tilburg-zuid en Poppel. De pieken in de omzet zijn vooral op vrijdag en zaterdag, omdat veel consumenten één keer per week de grote boodschappen doen. De consumenten in Goirle zijn wel prijsbewust. Het ondernemersbestand en het aanbod in de detailhandel worden door de ondernemers positief beoordeeld. Wel zou er meer horeca mogelijk kunnen zijn. Veel ondernemers zijn tevreden over het functioneren van de eigen onderneming. Wel ervaren zelfstandige ondernemers onvoldoende medewerking van de gemeente in het mogelijk maken van investeringen om hun onderneming up-to-date te houden.

De vernieuwing van De Hovel is positief ontvangen, maar aandacht voor ondernemers die buiten dit winkelcentrum zijn gevestigd moet wel worden versterkt. Ondernemers in het buitengebied geven aan dat ze soms het gevoel hebben te worden vergeten. Zij zijn vaak solitair gevestigd, waardoor het moeilijker is om aansluiting te zoeken bij de overige ondernemers. De ondernemers aan de Tilburgseweg voelen zich vaak achtergesteld door de minimale mogelijkheden voor uitbreiding van hun eigen onderneming.

De herkenbaarheid van Goirle als winkelgebied is minimaal: te weinig promotionele aandacht, maar ook de vindbaarheid door de consument is onduidelijk. De verkeersontsluiting van het centrum van Goirle wordt als een probleem ervaren, maar het aanbod parkeergelegenheid is voldoende.

Er bestaan zorgen om de regionale ontwikkelingen in Tilburg, tegelijkertijd is er ook onduidelijkheid over de plannen op het Van Hogendorpplein.

2.5 Positie en standpunt gemeente Goirle

Ontwikkelingen in het detailhandelsbeleid

De rapportages over het detailhandelsbeleid laten zien dat besluitvorming over de ruimtelijk economische structuur in Goirle altijd lastig is geweest. Het maken van keuzes voor de locatie van de uitbreidingsmogelijkheden voor ondernemers spelen hier een belangrijke rol bij. In het centrumplan Goirle is gekozen om De Hovel ruimte voor vernieuwing te bieden, tegelijkertijd zou het winkelaanbod op het Van Hogendorpplein de mogelijkheid krijgen om uit te breiden tot een wijkwinkelcentrum..

Door de gemeente is veel aandacht besteed aan de onderbouwing van de marktruimte in de detailhandel in Goirle. Dit betekent dat het distributieplanologisch onderzoek uitgebreide informatie geeft over de ontwikkelingen in het aanbod in de detailhandel. Ten opzichte van twintig jaar geleden is het winkelaanbod in zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector met 50% in omvang toegenomen. Het aantal verkooppunten laat een ander (meer gemêleerd) beeld zien. In de dagelijkse sector is het aantal winkels met 25% verminderd, tegenover een stijging van 30% in aantal winkels in de niet-dagelijkse sector. Uit de bindings- en toevloeiingscijfers blijkt een redelijk constant beeld over de afgelopen twintig jaar. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de ambities voor de toekomst niet veel zouden moeten afwijken van deze cijfers.

Integraal Ontwikkelingsplan Centrum

Het centrum van Goirle is de afgelopen jaren aangepakt volgens het *Integraal Ontwikkelingsplan Centrum (2002/2003)*. Hierin worden de potentiële mogelijkheden voor het centrum van Goirle nader uitgewerkt. De functionele structuur van het centrumgebied is niet principiële gewijzigd. Het kernwinkelgebied De Hovel is een meer samenhangend winkelmilieu geworden dat logisch gelegen is ten opzichte van de bronpunten (Tilburgseweg, Kloosterplein, Cultureel Centrum). De zone langs de Tilburgseweg is als gemengd gebied aangemerkt vanwege de gemengde functiesamenstelling met woningen, winkeltjes en dienstverlenende bedrijven. Dit gemengde gebied omvat tevens het aanloopgebied van het kernwinkelgebied (zie bijlage 4).

Invulling De Hovel

Voor de onderbouwing van bovenstaande nieuwe impulsen in het centrumgebied is gebruik gemaakt van distributieplanologisch onderzoek aangevuld met diverse kwalitatieve studies. Destijds (2002) is voorgesteld om voornamelijk winkels toe te voegen in de branches van het modisch/recreatief en specialistisch/doelgericht aanbod. De uiteindelijke situatie laat zien dat op het gebied van het dagelijks aanbod meer is toegevoegd dan eerst werd voorgesteld. In totaal hebben twee ondernemers de kans gezien om te verplaatsen binnen Goirle naar het nieuwe winkelcentrum. Behalve vernieuwing van ter plaatse gevestigde bedrijven zijn er ook nieuwe formules gekomen. Het blijkt om zeventien nieuwe winkels te gaan, startend en/of ondernemers van buiten Goirle.

Uitstillings- en terrassenbeleid

In het beleid voor terrassen staan voorschriften voor het verlenen van een vergunning van een terras bij een horecagelegenheid of een andere bedrijf. In het centrum van Goirle moeten terrassen voldoen aan vastgestelde beeldkwaliteitseisen. De uitvoering van het beleid zorgt voor aantrekkelijke terrassen die in samenhang functioneren met andere publieksfuncties en de openbare ruimte. Het uitstillingsbeleid voor De Hovel biedt richtlijnen voor de uitstallingen en zonweringen. Verder is geen gemeentelijk beleid op dit terrein.

Vernieuwing van de openbare ruimte

In de ideeën voor een nieuw Kloosterplein komt ook de Tilburgseweg aan de orde. Hierbij wordt de Tilburgseweg vanaf de Dorpsstraat gezien als onderdeel van het centrumgebied. De straat moet meer het karakter krijgen van een verblijfsgebied door het verbreden van de trottoirs en het concentreren van parkeerplaatsen aan één zijde van de weg. Het parkeren ligt op trottoirniveau waardoor de trottoirs breder lijken. De bestrating bestaat uit baksteen in aansluiting op het winkelcentrum. De overgang tussen straat en plein ligt ter hoogte van de Kalverstraat. Op dit punt verandert de bestrating en ligt er een verkeerdrempel waardoor er een duidelijke overgang is tussen straat en plein. Op het plein is de auto te gast en ligt de rijbaan op het niveau van het plein.

Overige beleidsterreinen

De ontwikkeling van de detailhandel en horeca staat niet los van andere beleidsterreinen. Daarom wordt kort ingegaan op recreatie, parkeren en verkeer, woningbouw en demografische ontwikkelingen.

Recreatiebeleid

Ook een recreatienota bestaat (nog) niet. Maar recreatie is in de toekomstvisie als belangrijk speerpunt voor Goirle aangewezen. De plannen voor een Recreatieve Poort aan de zuidzijde van Goirle worden verder uitgewerkt. Het plangebied is het kruispunt op de Turnhoutsebaan met het Nieuwkerksbaantje en het Gorpsbaantje. Deze locatie is als voorkeurslocatie genoemd in de nota 'Een schakel in een aantrekkelijk netwerk'. Het Brabants Bureau voor toerisme speelt een belangrijke rol in het promoten van Noord-Brabant als toeristische trekpleister.

Parkeren en verkeer

In het centrum van Goirle is de blauwe zone ingevoerd voor alle openbare parkeerplaatsen. De parkeergarage de Hovel biedt ruimte aan 200 ondergrondse plekken voor het winkelend publiek, waar na twee uur parkeren betaald moet worden. Het autoverkeer over de Tilburgseweg heeft één rijrichting. In de studie voor de toekomstige situatie van het Kloosterplein wordt een voorstel gedaan om het verkeerssysteem aan te passen aan de nieuwe situatie.

Woningbouw

In de beleidsdocumenten (*Woningbouwprogramma 2007* en *bestuursakkoord 2006-2010*) wordt geconstateerd dat er in de gemeente Goirle de laatste jaren weinig woningen zijn gebouwd. Op basis van het huidige woningbouwprogramma wordt de hierdoor opgelopen achterstand in de komende jaren ingehaald, zowel in aantal als in het gevarieerde aanbod dat is gepland. Speciale aandacht verdienen starters en senioren omdat de achterstand voor deze doelgroepen het grootst is. De verwachting is dat in totaal er tot 2010 bijna 1.000 woningen gerealiseerd worden in de gemeente Goirle.

Demografie

In 2002 werd voor de komende jaren een lichte groei verwacht van het inwonertal van de gemeente Goirle van 22.450 tot circa 23.000. Op 1 januari 2008 lag het inwonertal op 22.312 volgens de voorlopige gegevens van het CBS. De bevolkingsomvang wordt volgens de PRIMOS prognose verwacht tot 2020 te stagneren tot 21.700 inwoners.

2.6 Confrontatie vraag en aanbod in Goirle

Voor het winkelaanbod kan de marktruimte worden bepaald. Deze marktruimte wordt berekend door de bestedingen te relateren aan de omzet (vloerproductiviteit) die winkels moeten behalen om rendabel te kunnen functioneren. De berekende marktruimte wordt vergeleken met het aanwezige aanbod. Zo wordt nagegaan of er ook functionele uitbreidingsruimte mogelijk is in de vorm van extra vierkante meters winkelruimte. Met dergelijke analyses moet niet te krampachtig worden omgegaan. Ze bepalen de koers en geven de marges. Individuele situaties bepalen de nuances. Toekomstige situaties zijn daarnaast ook altijd gebaseerd op veronderstellingen en ambities. Bijstellingen naar boven en naar beneden zijn mogelijk. Deze hangen bijvoorbeeld af van de mate waarin individuele ondernemers en het collectief in staat zijn om de ambities ook waar te maken.

Bestedingsgedrag consumenten

De bestedingen worden bepaald op basis van:

- Het aantal inwoners van het verzorgingsgebied en de prognose voor de toekomst.
- De lokale situatie, zoals de aanbodstructuur van Goirle en Riel in relatie tot de omgeving.
- De koopkrachtbinding en de koopkrachttoevloeiing.
- Gemiddeld bestedingsniveau per hoofd van de bevolking.

Bevolkingsomvang

De kern Goirle telde op 1 november 2007 20.042 inwoners, de gemeente Goirle had op 1 februari 2008 22.351 inwoners. De bevolkingsprognose voor de gemeente laat tot 2020 geen significante toename van het aantal inwoners zien. De gemeente spant zich wel in om een toevoeging in de woningvoorraad te realiseren. Hierdoor ontstaat een iets ander beeld van de bevolkingsomvang op de lange termijn. In de berekening van de toekomstige situatie wordt het aantal van 21.000 inwoners voor de kern Goirle gehanteerd en wij gaan uit van 23.500 inwoners voor de gemeente Goirle.

Koopkrachtbinding en -toevloeiing

Goirle behaalt in de sector dagelijkse artikelen een koopkrachtbinding van 81,6% (koopstromen onderzoek 2006). Deze binding is laag, maar het onderzoek is gehouden in de periode van de herontwikkeling van De Hovel. De gemiddelde koopkrachtbinding voor gemeenten van dezelfde grootte als Goirle ligt rond de 84% en 92%⁷. In de draagvlakberekening is gerekend met een huidige binding tussen de 82% en 90%. De toevloeiing in de dagelijkse sector wordt geschat tussen de 8% en 10% van de totale omzet.

De huidige koopkrachtbinding voor de niet-dagelijkse goederen in Goirle is berekend in het onderzoek op 45%. De gemiddelde koopkrachtbinding van plaatsen van 20.000 tot 30.000 inwoners is 47% (40% tot 54%). Dit betekent dat Goirle gemiddeld scoort. In de toekomstberekening wordt de ambitie om de binding te laten stijgen naar 48% (maximaal) gehanteerd. De koopkrachttoevloeiing ligt in dit soort plaatsen gemiddeld rond de 30%. Toch wordt voor Goirle ingeschat dat de huidige toevloeiing rond de 15% van de totale omzet ligt, gezien de ligging ten opzichte van Tilburg. Wanneer de binding stijgt, zal met dit percentage de toevloeiing in omvang eveneens (enigszins) stijgen.

Bestedingsbedrag

Per hoofd van de bevolking wordt gemiddeld € 2.200 (inclusief BTW) besteed aan goederen in de dagelijkse sector⁸. De dagelijkse aankopen omvatten de voedings- en genotmiddelen, papierwaren, cosmetische producten en was- en reinigingsartikelen. Het gaat hier om consumptieve bestedingen bij de detailhandel. De huidige bestedingen in de niet-dagelijkse goederen wordt ingeschat op € 2.075,- per hoofd van de bevolking (excl. bestedingen wonen en doe-het-zelf). In de prognose voor de komende tien jaar wordt verondersteld dat deze bestedingsgetallen nominaal gelijk blijven.

Conjuncturele veranderingen hebben meestal gevolgen voor de bestedingen in de detailhandel, nog het meest bij de duurzame artikelen behorend tot de niet-dagelijkse sector. Een duidelijk voorbeeld hiervan heeft in de periode 2003-2005 plaatsgevonden en leidde bijvoorbeeld tot de prijzenoorlog in de supermarkten. In de praktijk is echter over een lange periode (15 -20 jaar) een lichte stijging in de bestedingen te zien. Omdat ondernemers ook te maken krijgen met stijgende lasten wordt voorzichtig omgegaan met de eventuele extra mogelijkheden die zo kunnen ontstaan.

⁷ In deze marges wordt rekening gehouden met de ligging van Goirle ten opzichte van Tilburg.

⁸ Bron: HBD Jaarboek Detailhandel 2006/2007

Gemiddelde vloerproductiviteit

In 2006 lag de gemiddelde vloerproductiviteit in Nederland voor supermarkten op ongeveer € 7.300 per m² WVO (inclusief BTW). Dit kan per branche, formule en categorie sterk verschillen. In dorpsupermarkten wordt over het algemeen een lagere productiviteit gerealiseerd dan in grote steden. Uit het beeld van de gesprekken met de ondernemers is op te maken dat de supermarkten in het centrum van Goirle het gemiddelde kunnen halen.

Voor de overige-dagelijkse artikelen wordt rekening gehouden met een gemiddelde vloerproductiviteit van € 4.600,- per m² WVO (inclusief BTW). De huidige gemiddelde vloerproductiviteit van niet-dagelijkse goederen is vanwege de samenstelling van het winkelbestand en de aard en omvang van de panden bijgesteld naar een gemiddelde vloerproductiviteit van € 2.600,- per m² WVO (inclusief BTW).

Let op: in de berekeningen wordt uitgegaan van de niet-dagelijkse sector exclusief de branches wonen en doe-het-zelf. Dit omdat deze branches qua aard en omvang sterk afwijken van de rest en daardoor een vertekend beeld kunnen opleveren!

Kooporiëntatie supermarkt versus speciaalzaken

In Nederland komt ongeveer 80% van de bestedingen in de dagelijkse sector bij de supermarkt terecht. Er is een tendens richting 85% (ook drogisterijen merken nu consequenties na de supermarktoorlog). Het overige deel wordt besteed in (vers)speciaalzaken. In kleine kernen met een volledig aanbod versspeciaalzaken, is de positie van de speciaalzaak over het algemeen beter.

Marktruimte dagelijks in Goirle

Met behulp van de uitgangspunten voor dagelijkse artikelen kan een draagvlakanalyse worden gemaakt. De uitgangspunten zijn om de koopkrachtbinding te verhogen naar minimaal 84% en maximaal 92%. De toevloeiing wordt ingeschat op behoud van het huidige percentage van 8% en een maximale verhoging naar 12% van de totale omzet van de ondernemers. Voor de dagelijkse sector levert dit een uitbreidingsruimte voor supermarkten op tussen de 830 en 1.500 m² wvo. Het verschil ligt in de mogelijkheden voor het verhogen van de koopkrachtbinding. Dit percentage is alleen mogelijk wanneer een sterke supermarktstructuur in het centrum blijft gehandhaafd.

Tabel 2.6. Uitgangspunten draagvlakanalyse dagelijkse artikelen		
	Minimaal	Maximaal
Huidige koopkrachtbinding	82%	90%
Toekomstige koopkrachtbinding	84%	92%
Huidige toevloeiing	8%	10%
Toekomstige toevloeiing	8%	12%

Tabel 2.7: Berekening marktruimte dagelijkse artikelen in Goirle				
	2008		2010/2015	
	Minimaal	Maximaal	Minimaal	Maximaal
Supermarkten en speciaalzaken				
Aantal inwoners	20.000		21.000	
Besteding per hoofd	€ 2.200		€ 2.200	
Lokaal gebonden bestedingen	€ 36,1 milj.	€ 39,6 milj.	€ 38,8 milj.	€ 42,5 milj.
Bestedingen door toevloeiing	€ 3,1 milj.	€ 4,4 milj.	€ 3,4 milj.	€ 5,8milj.
Bestedingen totaal	€ 39,2 milj.	€44 milj.	€ 42,2 milj.	€ 48,3 milj.
Uitbreidingsruimte in wvo	+ 230 m²	+ 965 m²	+ 690 m²	+ 1.375 m²
Supermarkten				
Aanwezig in wvo	3.795 m ²		3.795 m ²	
Uitbreidingsruimte in wvo	+ 500 m ²	+ 1.025 m ²	+ 830 m ²	+ 1.500 m ²
Speciaalzaken				
Aanwezig in wvo	1.975m ²		1.975 m ²	
Uitbreidingsruimte in wvo	- 270 m ²	- 60 m ²	- 140 m ²	+ 125 m ²

Uitbreidingsruimte niet-dagelijks in de gemeente Goirle

Voor de niet-dagelijkse sector zijn berekeningen gemaakt exclusief de woon- en doe-het-zelfbranche. Met behulp van deze uitgangspunten uit tabel 2.9 kan een draagvlakanalyse voor de niet-dagelijkse sector worden gemaakt. Wat betreft de gegevens in de niet-dagelijkse sector is een uitbreiding van het aantal m² winkelvloeroppervlak mogelijk met een marge van 680 m² tot 1.340 m².

Tabel 2.8. Uitgangspunten draagvlakanalyse niet- dagelijkse artikelen		
	Minimaal	Maximaal
Huidige koopkrachtbinding	45%	-
Toekomstige koopkrachtbinding	45%	48%
Huidige toevloeiing	15%	-
Toekomstige toevloeiing	15%	15%

Tabel 2.9: Berekening marktruimte niet-dagelijkse artikelen in de gemeente Goirle			
	2008	2010/2015	
		Minimaal	Maximaal
Aantal inwoners	22.350	23.500	
Besteding per hoofd	€ 2.075	€ 2.075	
Lokaal gebonden bestedingen	€ 20,9 milj.	€ 21, 9 milj	€ 23,4 milj.
Bestedingen door toevloeiing	€ 3,7 milj.	€ 3,9 milj.	€ 4,1 milj.
Bestedingen totaal	€ 24,6 milj	€ 25,8 milj.	€ 27,5 milj.
Aanwezig in wvo	9.250 m ²	9.250 m ²	
Uitbreidingsruimte in wvo	+ 195 m²	+ 680 m²	+ 1.340 m²

3 Riel

3.1 Commerciële voorzieningen

Bijzonder ruim winkelaanbod

In Riel zijn plannen om de winkelstructuur in dit dorp te vernieuwen. Juist ook in het kader van de vitaliteit en de leefbaarheid van dit dorp dient bekeken te worden hoe hieraan zoveel mogelijk tegemoet kan worden gekomen. De tabel op de volgende pagina gaat in op de situatie in Riel, vergeleken met plaatsen van dezelfde grootte. De vergelijking met dorpen van dezelfde omvang laat zien dat de winkels in Riel in de dagelijkse sector wat betreft verkoopvloeroppervlak 'zeer hoog' scoort. De specifieke functie van de Boerenschuur is historisch zo gegroeid, het grote aanbod in deze winkel is vooral gebaseerd op goed ondernemerschap. De aantallen van één supermarkt en drie speciaalzaken voor een kern als Riel zijn als normaal te beschouwen. In de niet-dagelijkse sector is te zien dat er geen winkels zijn in de hoofdbanches *luxe en mode* en *vrije tijd* hetgeen overigens vrij normaal is. Wel zijn er zes winkels in de branche *in en om het huis*. Dit is enigszins opvallend, omdat dit soort winkels zich steeds minder vaak vestigen in dorpen en kleinere steden. In Riel wordt elke woensdagochtend een kleine markt op het Dorpsplein gehouden.



Horeca en dienstverlening

In de kern van Riel zijn twee cafés en een snackbar gevestigd. Het aanbod aan commerciële dienstverlening bestaat uit twee kappers, tevens zijn een vestiging van een bank en het postagentschap gevestigd in de Boerenschuur. Voor kernen van deze grootte is het vaak moeilijk om een gevarieerd voorzieningenaanbod in stand te houden.

Tabel 3.1: Vergelijking Riel met kernen van vergelijkbare omvang in 2008						
	Riel (2.270 inwoners)			Gemiddeld voor plaatsen met 2.000 – 2.500 inwoners		
	Aantal	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.	Aantal	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.
Totaal dagelijks	4	2.850⁹	1.256	3	480	218
- supermarkt	1	2.777	1.223	-	-	-
- speciaalzaken	3	73	32	-	-	-
Totaal niet-dagelijks	6	1.398	615	6	1.770	805
- luxe en mode	-	-	-	1	270	123
- vrije tijd	-	-	-	0	99	45
- in/om huis	6	1.398	615	5	1.331	605
- overig	-	-	-	0	70	32
Leegstand	1	108	48	1	140	64
Totaal	11	4.356	1.919	10	2.391	1.087

3.2 Positie en standpunt gemeente

Integraal dorpsontwikkelingsplan (iDOP)

De gemeente overlegt samen met de belanghebbenden in Riel over de toekomst van het dorp. Het behoud en de versterking van de detailhandel en horeca is een aandachtspunt in dit proces. Bij het opstellen van het iDOP wordt de detailhandels- en horecavisie als kaderstellend document gebruikt.

Bouwscenario Riel

Voor de kern Riel is een afzonderlijk bouwscenario (2007) opgesteld, waarbij aandacht is voor woningbouwproductie in tijd, typologie en categorie en karakter van de kern Riel. Uit onderzoek is gebleken dat een gefaseerde groei van het aantal woningen in een groot aantal opzichten cruciaal is voor de kern Riel. Op basis van de verschillende argumenten wordt daarom uitgegaan van een maximum van 50 nieuwbouwwoningen per jaar voor de periode tot en met 2012. Na deze periode wordt uitgegaan van gemiddelde 25 woningen per jaar.

⁹ Deze cijfers van Locatus behoeven een nuancering. Het dagelijks aanbod in Riel bestaat deels uit food en non-food producten.

3.3 Draagvlakanalyse

Berekening marktruimte dagelijks aanbod

Voor het dagelijks winkelaanbod kan de marktruimte worden bepaald. Deze marktruimte wordt berekend door de bestedingen te relateren aan de omzet (vloerproductiviteit) die winkels moeten behalen om rendabel te kunnen functioneren. De berekende marktruimte wordt vergeleken met het aanwezige aanbod. Zo wordt nagegaan of er ook functionele uitbreidingsruimte mogelijk is in de vorm van extra vierkante meters winkelruimte. Met dergelijke analyses moet niet te krampachtig worden omgegaan. Ze bepalen de koers en geven de marges. Individuele situaties bepalen de nuances. Toekomstige situaties zijn daarnaast ook altijd gebaseerd op veronderstellingen en ambities. Bijstellingen naar boven en naar beneden zijn mogelijk. Deze hangen bijvoorbeeld af van de mate waarin individuele ondernemers en het collectief in staat zijn om de ambities ook waar te maken.

Voor de niet-dagelijkse sector van Riel zijn gezien het beperkte aanbod geen rekenkundige analyses te maken.

Huidig functioneren dagelijkse sector

Kooporiëntatie supermarkt is 90%. Vloerproductiviteit van € 6.300,- (inclusief BTW). De binding wordt gesteld op ongeveer 50%. Voor dezelfde gemeenten in Nederland ligt dit tussen 35 en 40%, maar Riel heeft een sterke supermarkt. Lokale contacten leveren op dat er een forse toevloeiing zou zijn: 35%. Voor gemiddelden in Nederland van gemeenten van dezelfde grootte ligt dit echter tussen 8 en 10%.

Toekomstruimte in Riel

De planvorming in Riel is (nog) niet duidelijk. De omvang van het winkelbestand kan niet één op één vertaald worden naar de economische mogelijkheden. Vooralsnog houden wij aan dat worden de binding en toevloeiing ook in de toekomst boven die van de landelijke normen blijft liggen. Respectievelijk 50-55% en 15-25%. Of dit ook werkelijk haalbaar is hangt af van zowel de planvorming van Riel zelf (kan er een echt winkelhart ontstaan?), als van de omliggende dorps- en stadcentra (vooral Goirle en Tilburg).

Gemiddelde vloerproductiviteit

De gemiddelde vloerproductiviteit in supermarkten lag in 2006 in Nederland op ongeveer € 6.600, exclusief BTW (€ 7.392, inclusief BTW)¹⁰. Dit kan per branche, formule, categorie en regio sterk verschillen. In dorpsupermarkten wordt over het algemeen een lagere productiviteit gerealiseerd dan in grote steden. Het niveau is vergelijkbaar met een kleine buurtsupermarkt ($\pm 280 \text{ m}^2$ wvo), een grote buurtsupermarkt ($\pm 500 \text{ m}^2$ wvo) of een kleine full-service supermarkt ($\pm 750 \text{ m}^2$ wvo). Uit een onderzoek van Deloitte blijkt dat de vloerproductiviteit voor deze supermarkten respectievelijk op € 3.500, € 4.350 en € 5.350 ligt (exclusief BTW)¹¹. Voor Riel gaan wij in een toekomstig scenario uit van ongeveer € 6000 per m^2 wvo, omdat er sprake zal zijn van nieuwbouw waardoor de huisvestingslasten (aanzienlijk) hoger zullen worden dan thans het geval is maar lager blijven dan landelijk gemiddeld i.v.m. het grondprijsniveau.

Tabel 3.2: Uitgangspunten draagvlakanalyse dagelijkse artikelen Riel		
	Minimaal	Maximaal
Huidige koopkrachtbinding	40%	50%
Toekomstige koopkrachtbinding	50%	55%
Huidige toevloeiing	25%	35%
Toekomstige toevloeiing	15%	25%

¹⁰ Bron: HBD Jaarboek Detailhandel 2007/2008

¹¹ Bron: Deloitte, Bedrijfsvergelijking Levensmiddelenhandel 2004. Deloitte hanteert een indeling in vijf categorieën van 'kleine buurtsuper' (gemiddeld $\pm 280 \text{ m}^2$ wvo) tot 'full-service groot' (gemiddeld $\pm 1.100 \text{ m}^2$ wvo).

4 Trends en ontwikkelingen

4.1 Voorzieningenstructuur

De Nederlandse voorzieningenstructuur is relatief fijnmazig. Er zijn verschillende niveaus in te onderscheiden. Winkelcentra van grote steden hebben een regionale functie waarbij het begrip 'winkelen' van belang is. Het aanbod in de niet-dagelijkse sector is uitgebreid en specialistisch en trekt zodoende consumenten uit een wijde omgeving. Dorpen van 10.000 tot ongeveer 20.000 inwoners hebben een subregionale functie. Consumenten uit kleinere kernen kopen er de dagelijkse en (niet-specialistische) niet-dagelijkse goederen: huishoudelijke artikelen, supermarktkopen, kleding, etc. Kleine kernen tot 7.000 inwoners hebben voornamelijk een (boven)lokale functie. Hier kunnen de inwoners met name de dagelijkse artikelen kopen, soms aangevuld met enkele winkels voor kleding, meubelen, etc.

Nationaal beleid

De *Nota Ruimte* geeft meer ruimte aan provincies en gemeenten om invulling te geven aan het detailhandelsbeleid. Het locatiebeleid voor bedrijven en voorzieningen wordt in deze nota geregeld in één integraal beleid. Het doel van het beleid is een goede plaats voor ieder bedrijf te bieden, zodat een optimale bijdrage wordt geleverd aan de versterking van de kracht van steden en dorpen. Provincies en gemeenten zijn verantwoordelijk voor een voldoende en gevarieerd op de vraag afgestemd aanbod van locaties voor bedrijven en voorzieningen¹². Met de inwerkingtreding van de nieuwe Wet op de Ruimtelijke Ordening (WRO), is het streekplan als planfiguur komen te vervallen. Structuurvisies zijn hiervoor in de plaats gekomen.

4.2 De consument

Landelijk is een aantal ontwikkelingen waar te nemen in de vraag naar detailhandel- en horeca voorzieningen. Deze ontwikkelingen houden verband met een veranderend consumentengedrag en met demografische ontwikkelingen. Deze twee factoren beïnvloeden elkaar overigens ook onderling.

¹² VROM, Nota Ruimte, ruimte voor ontwikkeling (2006)

- **Veranderend consumentengedrag:** Consumenten zijn in de loop der tijd steeds mobieler geworden, de arbeidsparticipatie is toegenomen en het 'boodschappen doen' wordt steeds meer gezien als een activiteit waar men weinig tijd en moeite aan wil besteden. Het 'runshoppen' is voor de frequent benodigde artikelen de norm geworden. De niet-dagelijkse aankopen, het 'winkelen' daarentegen wordt in toenemende mate gezien als een 'dagje uit' en wordt gecombineerd met bijvoorbeeld horecabezoek en overige vormen van vermaak ('leisure').
- **Individualisering:** door de toenemende individualisering kan er niet meer gesproken worden over 'de consument'. Er zijn steeds meer culturen en leefstijlen in Nederland. Dit heeft tot gevolg dat het als winkel/winkelgebied moeilijker is om aan te sluiten bij de wensen van die consument. Die wensen lopen immers sterk uiteen. Supermarkten spelen hier op in door hun assortiment sterk uit te breiden. In het Westland onderscheiden bepaalde supermarkten zich bijvoorbeeld met een duidelijk Pools assortiment.
- **Prijsbewuste consument:** de consument wordt steeds prijsbewuster doordat er meer informatie is over de keuzemogelijkheden. Dit kan zijn via advertenties, internet of gewoon door zelf bij verschillende winkels de prijs te vergelijken. Het gevolg hiervan is onder andere dat de supermarkten hun prijzen aanpassen. Hierdoor worden de winstmarges in de supermarktbranche lager en dient de omzet dus te stijgen om eenzelfde resultaat te boeken. De supermarktoorlog is in 2003 ingezet en in 2004 echt losgebarsten. De omzetten zijn in 2004 licht gedaald, en die tendens zette zich voort in het eerste deel van 2005. Dit kan gezien worden als een correctie op de prijsstijgingen in 2002/2003. In 2006 hebben de meeste supermarktorganisaties hun omzet (ook in relatie tot de inflatie) weer weten te vergroten. De supermarktoorlog heeft echter het detailhandelslandschap danig verstoord (met als verliezer Laurus, thans Super de Boer). Hoe dit alles uiteindelijk op de kleine(re) kernen uitwerkt is nog niet duidelijk.
- **Winkeltrouw:** een ander aspect van de houding van de consument is het afnemen van winkeltrouw. De consument is steeds minder vast en vasthoudend in de keuze van de winkel of horecagelegenheid. Mensen

bezoeken meer formules¹³. Men wisselt op basis van prijs, aanbiedingen, assortiment, sfeer in de winkelomgeving, etc.

- **Aankoopkanalen allochtone consument**¹⁴: van de allochtone consumenten is voor 48% de Nederlandse supermarkt het belangrijkste aankoopkanaal, gevolgd door de etnische winkel (27%) en de markt (19%). De tweede en derde generatie is steeds vaker gericht op de Nederlandse supermarkt.
- **Vergrijzing**: Door de sterke vergrijzing vormen de senioren voor de horeca als consument een doelgroep met een belangrijk toekomstperspectief. De senioren wonen in toenemende mate zelfstandig, zijn actiever en beschikken over meer geld en vrije tijd. Het is wel van belang dat ondernemingen rekening houden met de eigen wensen en verwachtingen van senioren. Het gaat hierbij onder andere om bereikbaarheid, fysieke toegankelijkheid, comfort, veiligheid, snelheid van bediening en persoonlijke aandacht.
- **Huishoudensamenstelling**: de toenemende vergrijzing, evenals de gezinnen die in de loop der jaren kleiner zijn geworden, zorgen voor behoefte aan andere producten en assortimentssamenstellingen.
- **Intensivering vrijetijdsbesteding**: Door de stijging van het aantal eenpersoonshuishoudens, maar ook door het groeiend aantal tweeverdieners zal de traditionele huisvrouw uit het maatschappelijk beeld verdwijnen. Het vrijetijdsgedrag wordt steeds intensiever: in korte tijd wil men zoveel mogelijk doen en zoveel mogelijk activiteiten combineren. Er is dan ook een groeiende behoefte aan totaalconcepten waarin deze elementen zijn terug te vinden en men zelf zo weinig mogelijk zaken hoeft te regelen.
- **'Nieuwe consument'**: De consument is steeds moeilijker in te delen in herkenbare doelgroepen voor wat betreft sociale klasse, inkomen of regionale verschillen. De nieuwe consument zoekt op basis van leeftijd, etnische afkomst en culturele achtergronden zijn eigen 'groep' om daarmee ook deel van zijn eigen identiteit te laten zien en bevestigen.

¹³ EFMI, effecten van de prijsoorlog (2004)

¹⁴ HBD, Jaarboek detailhandel 2005/2006

- **Combinatiebezoek:** Het vrijetijdsaanbod in Nederland blijft uitdijen. De gangbare opvatting is dat vermaak, horeca en winkels elkaar wederzijds versterken. Uit consumentonderzoeken is gebleken dat hier wel een nuancering moet worden gegeven. Zo is de combinatie vrijetijdsvoorziening en winkels onder het publiek niet populair. Vrijetijdsactiviteiten kenmerken zich door plezier en ontspanning. Bij winkelen hoeft dit niet het geval te zijn. Veel winkelbezoeken zijn immers functioneel en doelgericht.

4.3 Conjunctuur

Wisselend, maar stijgend

De afgelopen drie jaar heeft de omzet in de detailhandel een stijgende lijn laten zien. Het consumentenvertrouwen en een versterking van de economie hebben gezorgd voor een opleving. In de detailhandel is in 2007 een omzetgroei gerealiseerd van bijna 4%. De consumentenelektronica en media bleven het aanhoudend goed doen. Net als in 2006 is ook de omzet voor het modische segment en woonwinkels gegroeid¹⁵. De vooruitzichten voor 2008 zijn nog steeds positief¹⁶. Het eerste kwartaal van 2008 heeft een omzetstijging van bijna 3% laten zien. In de food-sector zijn het vooral de supermarkten die het goed doen (+8%), de speciaalzaken hadden in het eerste kwartaal van 2008 te maken met een omzetsdaling (-4%).

De horeca heeft in 2007 opnieuw een sterke omzetgroei laten zien. Een groei van 6% in de hele sector werd vooral veroorzaakt door de hotel, restaurant- en fastfoodsector. De omzetstijging werd niet alleen behaald door een verhoging van de prijzen, maar vooral door een toename in het volume (bezoek, consumpties en overnachtingen). In het eerste kwartaal van 2008 heeft de horeca 3,5% meer omgezet dan in dezelfde periode van vorig jaar. Vooral hotels zorgen voor een groei van de omzet, restaurants, cafetaria's en cafés zien een omzetsdaling.

¹⁵ Ondernemen in de sectoren, EIM 2006.

¹⁶ Medio 2008 blijkt het consumentenvertrouwen sterk te dalen. Hoogstwaarschijnlijk zal dit gevolgen gaan krijgen voor het uitgavenpatroon en daarmee de detailhandelsbestedingen.

4.4 Voorzieningenaanbod

Ook aan de aanbodzijde is een aantal ontwikkelingen waar te nemen. Deels zijn deze ontwikkelingen volgend op het veranderende consumentengedrag.

- **Schaalvergroting:** de consument wil een ruim aanbod waarbij het mogelijk is om te vergelijken. Hij wil zijn boodschappen zo veel mogelijk op één plek kunnen doen (one-stop-shopping). Het gevolg hiervan is dat de winkelvoorzieningen in Nederland steeds meer producten aanbieden. Dit houdt in dat de schaal van een winkel toeneemt. Deze ontwikkeling is duidelijk waar te nemen in de supermarktsector. Supermarkten van 300 - 600 m² wvo kunnen steeds minder goed uit de voeten¹⁷. Als ondermaat voor een goed functionerende full-service supermarkt wordt tegenwoordig al snel 1.200 m² wvo gehanteerd. Harddiscount supermarkten zijn kleiner (700-900 m² wvo). Daarnaast doet zich ook de ontwikkeling voor van de grootschalige supermarkten zoals de AH XL formule.
- **Specialisering:** ook aan de zijde van het horeca-aanbod is aan de ene kant een verregaande ontwikkeling te zien van machtsconcentratie, schaalvergroting, ketenvorming en internationalisering. Aan de andere kant is er tegelijkertijd een trend van verregaande specialisatie waarbij een ambachtelijk en hoogwaardig product wordt aangeboden en er een sterk accent ligt op persoonlijk contact.
- **Filialisering:** de gemiddelde winkelgrootte stijgt en er vestigen zich steeds meer filiaalbedrijven. Hierdoor lijken winkel- en horecagebieden steeds meer op elkaar. Tegelijkertijd wordt het belang van het onderscheidend vermogen hierdoor groter.
- **Toename van budget-detailhandel:** niet alleen groeit het aantal discounters (bijvoorbeeld Aldi, Lidl), ook budgetketens in de huishoudelijke artikelen (bijvoorbeeld Action) timmeren aan de weg. De doelgroep is steeds minder duidelijk; ook prijsbewuste consumenten uit de hogere inkomens ('bargainers') kopen steeds vaker bij budget-detailhandel. Tegengesteld aan deze trend zien we

¹⁷ De SPAR is de enige formule die zich hierin op dit ogenblik probeert te onderscheiden door een meer gespecialiseerde formule te ontwikkelen.

ook een toename van winkels in het hoge segment.

Hooggespecialiseerde formules proberen hierop in te spelen. Grote ketens als Albert Heijn doen hier ook aan mee door bijvoorbeeld het assortiment uit te breiden onder noemer 'Excellent'.

- **Knooppunten:** de winkel en horeca voorzieningen verschijnen de laatste jaren ook steeds vaker op verkeersknooppunten. Denk bijvoorbeeld aan de ontwikkeling van meubelboulevards aan invalswegen van grotere steden of aan de komst van winkels op NS-stations en universiteitslocaties. Ook het GDV-beleid probeert aan te sluiten bij deze ontwikkelingen.
- **Internet:** de consument weet ook steeds beter de weg te vinden naar verkoopadressen op het internet. De schroom om met creditcard te betalen weerhield veel consumenten nog van het gebruikmaken van dit verkoopkanaal, maar tegenwoordig zijn er meer betalingsmogelijkheden dan enkele jaren terug. Daarnaast zijn ook steeds meer mensen aangesloten op het internet. Voorbeelden zijn het boeken van reizen en aankoop van boeken en cd's.
- **Specialisatie versus branchevervaging:** er komen steeds meer gespecialiseerde winkels/winkelgebieden in Nederland. Denk bijvoorbeeld aan de speciale merk winkels (brandstores), of de Factory Outlet Centers. Daar staat een andere ontwikkeling tegenover: de branchevervaging. Supermarkten en drogisterijen behalen een stijgend aandeel van hun omzet uit de verkoop van bijvoorbeeld huishoudelijke en cadeauartikelen; bouwmarkten verkopen fietsen en audioapparatuur; discountsupermarkten hebben een bepaald deel (100 – 125 m² vvo) van hun winkels ingeruimd voor weekaanbiedingen in de niet-dagelijkse sector, zodat dit een essentieel onderdeel van hun formule is geworden.
- **Toenemende oriëntatie op supermarkt:** het marktaandeel van supermarkten in het dagelijkse assortiment is toegenomen. Landelijk is de oriëntatie van 75/80% naar 83% gestegen. Men verwacht in de komende jaren een verdere stijging tot ca. 84%.

- **Afname aantal versspecialisten:** er is een aanzienlijke afname in o.a. het aantal kruideniers. Van de 5860 kruideniers zijn er in de jaren 2002- 2006 825 gestopt. Ook het aantal slaggers is teruggelopen van 5.354 in 2000 naar 3.235 in 2004. De meest recente gegevens over 2005 laten zien dat dit proces wellicht tot stilstand is gekomen. De (vers)specialisten hebben zich vorig jaar ondanks de prijzenoorlog redelijk staande kunnen houden. Hierbij blijken kwaliteit en service aan deze ondernemers een onderscheidende positie te kunnen geven. Dit natuurlijk onder de voorwaarde dat er sprake is van prima ondernemerschap.

- **Centrum versus periferie:** De 'oude' winkelgebieden in de dorpen en de steden krijgen steeds meer concurrentie van perifeer gelegen winkelcentra, die (per auto) gemakkelijk te bereiken zijn. In dit kader past ook de ontwikkeling van de 'factory outlets'.

5 Goirle in perspectief

5.1 Regionale ontwikkelingen

De detailhandel en horecavoorzieningen in Goirle staan niet op zichzelf. In de directe omgeving zijn diverse winkelcentra die concurreren. Daarnaast zijn er ook vrijetijdsvoorzieningen in de regio die invloed hebben op die in Goirle.

Tilburg

Nieuwbouw door toevoeging van winkels en vermaak aan het Pieter Vredeplein in de binnenstad van Tilburg heeft gezorgd voor vernieuwing. In Tilburg spelen verschillende ideeën om het ondernemerschap in de stad te versterken. Het plan om in Tilburg een voor Nederland unieke *mall* naar Amerikaans voorbeeld te realiseren is het meest omstreden. Deze moet komen op het voormalige militair complex aan de IJpelareweg, dichtbij de weg naar Waalwijk. Het centrum zou 100.000 vierkante meter winkeloppervlak en recreatieve voorzieningen krijgen op een oppervlakte van achttien hectare. Men denkt dat deze mall ruim vijf miljoen bezoekers per jaar naar Tilburg te lokken. De plannen hebben gezorgd voor veel commotie bij ondernemers en omliggende gemeenten. In een onderzoek in opdracht van de gemeente Tilburg wordt berekend dat met name de binnenstad en wijkwinkelcentra te lijden zullen hebben onder de komst van de Mall. Het rapport in opdracht van Breda, Den Bosch, Eindhoven en Helmond is negatiever. Hierin wordt een beeld geschetst dat vooral de modewinkels in de binnensteden van Breda en Den Bosch hieronder te lijden zullen hebben.



Breda

In Breda is men bezig met een leisurepark. Dit zou in ieder geval gaan bestaan uit een snowdome of skihal (40 meter hoog en goed voor 250.000 bezoekers per jaar), en een evenementenhal (voor maximaal 10.000 bezoekers). Parkeren gebeurt straks bovenop de berg zelf, met 1500 parkeerplaatsen, en nog eens 2000 plaatsen beneden aan de flank. Het leisurepark heeft uitzicht op alle activiteiten en winkels. Er komt een golfschool en er wordt intussen gesproken met popcentrum Mezz, de Paragames en Breda Hippique. Ook wordt gedacht aan een Harleydag, een kenniscentrum met specifieke aandacht voor de leisurebranche, kinderopvang, naschools en buitenschools.

5.2 Invloed op aanbod in Goirle

Nederlandse ontwikkelingen

Het is de vraag welke invloed dit soort ontwikkelingen heeft op de detailhandels- en horecastructuur van Goirle. In Nederland zijn nog niet veel voorbeelden van dergelijke situaties. Een grootschalige ontwikkeling is te vinden in Rotterdam: Alexandrium. Vaak zijn initiatieven in de kiem gesmoord, omdat er veel bezwaren kwamen uit de directe omgeving. Ook nu is er veel oppositie (met name tegen de Mall in Tilburg). Uit ervaringen elders (Roermond) is gebleken dat er wel degelijk invloed is: de Outletstore heeft bij de dragende detailhandelsbranches in het centrum van Roermond geleid tot een omzetafname van 1 tot 5% (volgens een artikel in Vastgoedmanagement d.d. november 2003). Voor de komst van het Factory Outlet Centrum in Etten-Leur verwachtte men voor de stadcentra van Breda, Etten-Leur en Roosendaal omzetzakkingen in de kleding/mode van ongeveer 1,5%, in de sportartikelen/sportmode van ca. 3 tot 6% en in de schoenen&lederwaren van 0,2 tot 0,6%.

Invloed eventuele komst perifere detailhandel in de regio

Goirle ligt duidelijk binnen de invloedssfeer van de steden Tilburg en Breda en daarmee ook van de ontwikkelingen die op retailgebied kunnen plaatsvinden. De plannen voor de Mega Shopping Mall Tilburg en Leisurepark Bavelse Berg Brede vallen daaronder. De (eventuele) verdringing die optreedt hangt af van de soort branches, van de kwaliteiten van de betreffende ondernemingen en van het imago dat van een centrum als dat van Goirle (versus de mall) uitgaat. Verdringing hoeft niet altijd een verslechtering te betekenen. Maar het

mag ook niet leiden tot ontwikkelingen die het ondernemers- en investeringsklimaat negatief beïnvloeden. Hierbij moet worden bedacht dat vooral het landelijke filiaalbedrijf zich laat sturen bij het nemen van investeringsbeslissingen door (grootschalige) initiatieven. En dat maakt het extra complex.

Welke keuzemogelijkheden hebben de inwoners van Goirle?

De inwoners van Goirle zelf maken een keuze om in het eigen dorp hun inkopen te doen of daarvoor een andere locatie te kiezen. Hierbij moet onderscheid worden gemaakt tussen het 'boodschappen doen', het 'doelgericht inkopen doen' en het 'recreatief winkelen'. Voor de boodschappenfunctie zijn beide ontwikkelingen niet van belang als er (inderdaad) geen supermarkten in worden ondergebracht. De locatiekeuze bij de consument voor de twee andere mogelijkheden van winkelen is ingewikkeld. Sfeer, prijsstelling, omvang en kwaliteit van het aanbod, en de bereikbaarheid spelen hierbij een rol. De twee belangrijkste aankoopplaatsen zijn nu het centrum van Tilburg (een laatst gemeten afvloeiing van 46%) en het centrum van Goirle (laatst gemeten binding 45%). Met een mall komt daar eventueel een nieuwe keuze bij.

Consequenties voor de ambities van Goirle en Riel

Door de visie van de gemeente moet door de initiatieven van ondernemers worden bewerkstelligd dat de koopkrachtbinding stijgt. Bovendien is het doel dat ook andere consumenten en recreanten Goirle steeds meer weten te vinden. De mall en/of het leisurepark zullen daarbij vooral ook concurreren met het bezoek dat de consument nu aan de binnensteden van Tilburg (binnenstad), Eindhoven, Den Bosch en Breda aflegt. Toch zal het realiseren van de ambitie in Goirle bemoeilijkt worden, wanneer er een dusdanige uitbreiding van het winkel- en horeca areaal wordt gerealiseerd. Goirle zal in deze "harde" markt dan nog extra zijn best moeten doen om de combinatie van filiaal- en MKB-ondernemers te doen slagen. Het filiaalbedrijf en de vastgoedsector hebben dan meer aandacht voor grootschalige ontwikkelingen zoals die van de mall. Bovendien is het de vraag of de ambitie van de mall, richten op de hogere segmenten, wel gehaald wordt en bijstelling nodig blijkt naar andere sectoren die nog meer concurreren met binnensteden en een dorpscentrum zoals dat van Goirle. De gemeente heeft zich nadrukkelijk uitgesproken tegen de komst van de mall.

Provinciaal beleid

De provincie Noord-Brabant beschikt niet over een detailhandelsvisie. Wel is het zodat de provincie de laatste tijd kritischer is geworden naar allerlei nieuw te ontwikkelen winkelmeters. De provincie Noord-Brabant biedt met de interimstructuurvisie inzicht in haar kijk op de ruimtelijke ontwikkeling. Dit document genaamd 'Brabant in ontwikkeling' leunt grotendeels op het streekplan uit 2002. Zorgvuldig ruimtegebruik is het motto van dit plan. Het actiever betrokken zijn bij de ontwikkeling van de provincie blijkt onder andere uit de samenwerking met de Stichting Agro&Co. De zoektocht naar nieuwe markten in het Brabantse land laten zien dat de provincie ondernemers, instanties en gemeenten uitdaagt. Vernieuwende concepten die niet voor de hand liggen zijn ontstaan tijdens een proces waarin ondernemerstafels een belangrijke rol spelen.

6 Werkgelegenheid en starters

6.1 Werknemers in detailhandel en horeca

Om te onderzoeken of er meer kansen liggen voor de werkgelegenheid in de detailhandel en horeca in Goirle wordt eerst ingegaan op de algemene ontwikkelingen. Nieuwe werkgelegenheid kan geboden worden in de vorm van banen bij een (al bestaand) bedrijf of door de start van een nieuw bedrijf. Beide mogelijkheden komen aan bod in dit deel. De informatie is afkomstig van een onderzoek van het Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD) uit 2006.

De bedrijfstak: detailhandel

In 2007 bestond de Nederlandse detailhandel uit circa 111.000 winkels, 20.000 ambulante handelaren (markthandel) en 7.200 ondernemers met een internet- of postorderbedrijf. Detailhandel is daarmee een 'zichtbare' werkgever in het Nederlandse landschap. De groei van de economie in Nederland heeft de afgelopen jaren goed doorgezet. De prognose voor de komende jaren is een afvlakking van deze groei. Een groot aandeel van de bedrijvigheid bevindt zich in de detailhandel. In 2007 bedroeg de totale omzet van deze bedrijfstak € 80,5 miljard. De omzetontwikkeling in de detailhandel vertoont de laatste jaren een stijgende lijn. Ondanks deze positieve ontwikkelingen is de detailhandel een sector die ook veel schommelingen laat zien. De omzetontwikkeling en daarmee ook de werkgelegenheidsontwikkelingen hangen sterk af van het consumentenvertrouwen en de bestedingen.

Werkgelegenheid in de detailhandel

De detailhandel bood in 2006 werk aan circa 700.000 mensen, van wie ongeveer 100.000 ondernemers en meewerkende gezinsleden zijn. De 600.000 banen vormden 9% van het totaal aantal banen in Nederland. Ongeveer de helft van de banen zijn te vinden in het grootbedrijf (meer dan 100 werknemers), een zesde bij het kleinbedrijf (minder dan tien werknemers) en een zesde bij het middelgrote bedrijf. Het aantal werknemers in de detailhandel is in 2005 ten opzichte van de voorgaande jaren gedaald. In 2006 is een lichte stijging waargenomen en dit zal naar verwachting van het HBD blijven toenemen.

Supermarkten grootste werkgever

Van de mensen die in de detailhandel een baan hebben werkt ongeveer een derde in supermarkten. Andere branches die wat betreft werkgelegenheid hoger scoren zijn de sectoren winkels in educatieve en vrije tijdsartikelen (inclusief de warenhuizen), de kleding- en textielzaken, en de winkels in drogisterij- en parfumerieartikelen. In supermarkten werken gemiddeld per winkel ongeveer 35 tot 40 personen. Ter vergelijking, bij modewinkels zijn gemiddeld per winkel vier tot vijf mensen en bij drogisterijen/parfumerieën bijna negen mensen. De arbeidsproductiviteit verschilt per branche dan ook sterk.

Tabel 6:1 : Overzicht arbeidsplaatsen detailhandel in Nederland		
	Werknemers per branche	Arbeidsvolume per branche
	2005	2005
Supermarkten	35,1%	24,3%
Overige levensmiddelenzaken	6,4%	5,1%
Kleding en textielzaken	15,4%	12,4%
Winkels in persoonlijke verzorging	8,8%	8,3%
Woon- en woninginrichtingzaken (excl. huishoudelijk artikelen)	7,1%	7,4%
Huishoudelijke artikelenzaken	2,7%	2,6%
Winkels in consumentenelektronica	3,7%	4,3%
Doe-het-zelfzaken	3,7%	3,3%
Winkels in educatie- en vrijetijdsartikelen (incl. warenhuizen)	14,9%	12,4%
Detailhandel niet in de winkel	2,2%	1,7%
Zelfstandigen en meewerkende gezinsleden	nvt	18,2%
Totaal	100,0%	100,0%
Totaal in aantal arbeidsplaatsen	588.500	353.800

In de detailhandel werken relatief weinig mensen met een fulltime baan. Het arbeidsvolume (het aantal gewerkte arbeidsjaren) is hierdoor iets meer dan de helft van het aantal werknemers. In de supermarkten is het arbeidsvolume het grootst en in deze branche werken dan ook de meeste mensen. De levensmiddelenzaak (exclusief supermarkt) kenden de grootste teruggang in werkgelegenheid

Profiel werknemers

Van hen die in de detailhandel werken heeft 28% een fulltime baan. De verhouding tussen arbeidsvolume en aantal medewerkers ligt doorgaans tussen de 1,6 en 1,7 werknemers per fulltime arbeidsplaats. Er zijn dus veel personen die in deeltijd of op basis van flexibele arbeidscontracten werken. De scheidslijn tussen deze twee laatste arbeidsrelaties is aan het vervagen. De mensen die werken in de detailhandel hebben een opvallend profiel: Zij zijn relatief jong, liefst 38% van de werknemers in de detailhandel is 22 jaar of jonger (tegen gemiddeld in het bedrijfsleven 14%). Zij zijn vaak vrouw: ongeveer tweederde van het aantal mensen dat in de detailhandel werkt. Ook het aantal ondernemers dat vrouw is, is aanzienlijk: 40% van het totaal. Veel mensen werken in deeltijd afdelingverband in de detailhandel.

Detailhandel: populaire bijbaan

Het onderzoek van het HBD geeft aan dat voor veel mensen de detailhandel de eerste stap in hun loopbaan is. Vooral scholieren en studenten vinden er hun eerste (bij)baan (ruim een op de drie vacatures). Werken in de winkel is één van de populairste bijbaantjes. Dat heeft ook te maken met de afstand. Winkels zijn vaak relatief dichtbij de woning. Dat werkt drempelverlagend. Volgens het HBD speelt mede daarom de detailhandel vaak een rol bij het verbeteren van de werkgelegenheidssituatie (bijvoorbeeld voor mensen vanuit de WW, maar ook voor herintreders).

Openstaande vacatures

De gegevens van het HBD geven aan dat van alle openstaande vacatures in het vierde kwartaal van 2007 er 17.300 een vacature in de detailhandel waren (8% van het totaal aantal vacatures en bij ongeveer één op de vijf winkels). Ten opzichte van 2006 zijn er in 2007 5.000 meer vacatures bijgekomen. Verreweg de meeste openstaande functies betreft verkoopmedewerker. Nieuwe vacatures worden nog steeds vaak vervuld door jongeren. Zij doen dit steeds meer op basis van contracten voor bepaalde tijd. De werkgevers zijn actiever geworden in aantrekken van personeel (informatie van NIPO Business

Monitor). Het HBD meldt dat zij kunnen daarbij gebruik maken van het gegeven dat het aantal leerlingen in detailhandelsonderwijs op mbo-niveau stijgt. Het HBD stelt bovendien dat de detailhandel bij het werven van nieuwe medewerkers kan putten uit de groep inactieven, waarbij de groep ontslagwerklozen afkomstig uit de detailhandel direct inzetbaar is vanwege opgedane ervaring. Ook onder de ontslagwerklozen uit andere bedrijfstakken bevinden zich potentiële werknemers die beschikken over commerciële en afdelingverlenende competenties.

Starters in de detailhandel

Het ondernemersbestand wordt gemiddeld ouder, conform de gehele beroepsbevolking. De detailhandel is echter een populaire branche onder startende ondernemers. In 2006 waren 13.000 starters in de detailhandel. Dat is 15% van het totaal aantal starters in Nederland. Overigens is dat starten niet altijd succesvol. Het HBD geeft aan dat dit vaak ook te maken heeft met de slechte voorbereiding. Voor het starten of overnemen van een winkel zijn meestal geen papieren meer nodig. Dat kan in de hand werken dat kandidaat-starters te gemakkelijk denken over een opening of overname van een winkel.

Werkgelegenheid en starters horeca

De horeca en catering heeft een forse banengroei doorgemaakt. In de periode 1990-2006 is het aantal banen in deze sector gegroeid van 165.000 tot 275.000 (bron: CBS). Dit is exclusief de zelfstandigen. De banen zijn veel in deeltijd: 74% (gemiddeld 49%). Dit getal is de laatste jaren gestegen. Van de contracten kent meer dan een derde geen vast aantal uren. Relatief veel vrouwen werken in de horeca: 52% (overig gemiddeld: 45%).

De mobiliteit (van de werkenden) is in de horeca weliswaar groot, maar dat is voor het grootste deel op het conto te schrijven van de talrijke scholieren en studenten die in de bedrijfstak een goede tijdelijke baan vinden. Ongeveer 45% van de mensen die werken in de horeca is jonger dan 22 jaar. Onder de beroepskrachten - de kurk van de bedrijfstak - is de uitstroom jaarlijks niet hoger dan enkele procenten. Het aandeel mensen dat in de horeca werkt met een vast dienstverband bedraagt op dit ogenblik ongeveer tweederde.

De horeca heeft een aantal mindere jaren doorgemaakt (periode 2002-2006). Ook de werkgelegenheid nam daarmee in deze sector af. Eind 2007 waren er in totaal ruim 46.500 horecabedrijven in Nederland, dat zijn er ongeveer 1000 meer dan in het jaar 2000. Brabant is oververtegenwoordigd met ruim 14% van dit totaal.

Gemiddeld zijn er per horecabedrijf bij elke 1.000.000 omzet ongeveer vijftien fulltime arbeidsplaatsen. Afhankelijk van het soort en de omvang van het bedrijf kan dit oplopen. Bij een café levert dit bijvoorbeeld gemiddeld twee tot drie arbeidsplaatsen op. Het kleinbedrijf maakt ongeveer een derde van het aantal horecabedrijven uit maar biedt toch nog ongeveer 25% van de werkgelegenheid. De bedrijven groter dan 50 werknemers leveren ook ongeveer 25% van de banen in deze sector.

Aan ondernemers in deze sector worden behoorlijk wat eisen gesteld. Men moet voldoen aan flink wat eisen om een horecaverunning te krijgen. Gemeenten zijn, gezien de mogelijke overlast, vaak niet geneigd om een horecabestemming toe te staan. Bovendien is een horecaexploitatievergunning noodzakelijk.

6.2 Werkgelegenheid in Goirle

Gemeentelijk beleid werken en ondernemen in Goirle

De Nota Economisch Beleid laat zien dat de sector handel en reparatie de grootste werkgever is in Goirle. Hier werkt anno 2005 meer dan 20% van de mensen die een Goirle een baan hebben. Dat is iets meer dan gemiddeld in Brabant. Horeca ligt met ruim 3% juist iets onder het percentage dat elders in Brabant wordt geconstateerd. Het aantal vestigingen laat een vergelijkbaar beeld zien voor beide sectoren. Het aantal nieuw gestichte bedrijven en nieuwe nevenvestigingen bedroeg wat betreft de sector handel en reparatie in 2004 en 2005 jaarlijks ruim dertig. In de horeca was dat circa vijf op jaarbasis.

Typering arbeidsaanbod

Het opleidingsniveau van de inwoners in Goirle is anno 2006 volgens de nota iets hoger dan in de rest van Brabant. Dat geldt voor zowel mensen met een middelbare, als met een hogere beroeps- of wetenschappelijke opleiding. Het aantal niet werkende werkzoekenden in Goirle bedroeg in 2006 ongeveer 510

mensen. Dit is procentueel laag in vergelijking met Brabant: 4,7% versus 8,2%. Het opleidingsniveau in Goirle vertaalt zich - en dat is enigszins opmerkelijk - ook naar de werklozen (Nww-ers). Ook hier zijn de hogere opleidingen procentueel oververtegenwoordigd in vergelijking met de Brabant als geheel. Wanneer de leeftijdsverdeling in ogenschouw wordt genomen zijn het relatief vaak ouderen die werk zoeken. Vooral de categorie 50-59 jaar springt er in vergelijking met Brabant uit.

Werkgevers in de detailhandel en horeca

Tijdens de gesprekken met de ondernemers in het kader van dit onderzoek is ook de werkgelegenheid aan de orde gesteld. De ondernemers gaven aan in het algemeen geen problemen te ervaren met het vinden van personeel. Meestal bleken lokale kanalen en netwerken voldoende om nieuw personeel te werven. De vernieuwing van De Hovel heeft in een aantal gevallen nieuwe werkgelegenheid opgeleverd. Dit door uitbreiding van de winkel of (in een enkel geval) een start van een formule.

6.3 Startersbeleid

Starten met een bedrijf

Nieuwe economische impulsen kunnen komen vanuit nieuw op te richten bedrijvigheid. Het aantal startende bedrijven laat de laatste tien jaar een stijgende lijn zien. Volgens het Ministerie van EZ is er internationaal gezien echter nog steeds een achterstand. Dat er toch een relatieve groei is van het aantal startende bedrijven is verklaarbaar vanuit allerlei factoren, de meeste liggen op het algemene economische en maatschappelijke vlak. Een duidelijk voorbeeld vormen de zogenaamde ZZP-ers (Zelfstandige Zonder Personeel) in de bouw. Grote bouwbedrijven wilden hun risico's verminderen en stoten hun mensen af. Het werk bleef en velen begonnen voor zichzelf. Maar ook het anders aankijken tegen het ondernemerschap (een maatschappij die zich meer doet richten op de individuele ontwikkeling) deed velen de stap wagen, bijvoorbeeld in een situatie van ontslag. De toename van zelfstandige adviseurs op allerlei terreinen (meestal de zakelijke markt) is hier het gevolg van. Ook opleidingsinstituten hebben meer aandacht in hun leergangen voor het toeleiden naar het ondernemerschap. Het starten van een bedrijf hoeft overigens niet te betekenen dat de bestaande baan wordt opgegeven. Ook combinaties tussen loondienst en ondernemerschap zijn mogelijk (onderzoek EIM).

Kamer van Koophandel

De Kamers van Koophandel stimuleren de start van de bedrijvigheid door bijvoorbeeld allerlei cursussen aan te bieden. Op de site van de Kamer van Koophandel Brabant vestiging Tilburg is dit af te lezen. Alle Kamers van Koophandel organiseren jaarlijks begin november in de eigen regio gezamenlijk met andere lokale organisaties een zogenaamde startersdag. Via de Kamer van Koophandel te Tilburg is nog een extra ondersteuning mogelijk in de vorm van Starterssupport. Vierdejaars economiestudenten van de Universiteit van Tilburg helpen de (door)startende ondernemer vanuit de meest actuele theorie naar een concreet ondernemingsplan. Voorwaarde hiervoor is dat de onderneming ongeveer een half tot twee jaar oud is en inmiddels omzet heeft gerealiseerd. Er zijn enige kosten met de deelname verbonden.

Activiteiten gemeente Tilburg

Gemeenten hebben deze ontwikkelingen onderkend door de laatste jaren sterk in te zetten op allerlei trajecten om mensen te ondersteunen bij de start van een bedrijf. Dit bijvoorbeeld vanuit een uitkering. Hierbij moet niet alleen gedacht worden aan mensen die (gedeeltelijk) arbeidsongeschikt zijn. Een voorbeeld hiervan is het Equal-project dat tot medio 2007 heeft gelopen in Tilburg, het 'Project Duurzaam van start voor 45-plussers'. Dit project heeft een doorstart gekregen, maar nu voor alle leeftijden.

Er zijn ook in andere delen van Nederland vele vormen van begeleiding door (gemeentelijke en soms zelfs provinciale) overheden. In Gelderland en Overijssel werkt een aantal gemeenten en de provincies samen met de Kamers van Koophandel in het project IkStartSmart.

Bijlagen

Bijlage 1: Aanbod detailhandel

In de volgende tabellen is een uitsplitsing per brancheringsgroep in het dagelijkse- en niet dagelijkse aanbod gemaakt en een vergelijking met Nederlandse plaatsen van vergelijkbare omvang.

Tabel 1: Vergelijking Goirle met kernen van vergelijkbare omvang situatie 2008									
	Goirle (20.042 inwoners)			Gemiddeld voor plaatsen met 10.000 – 20.000 inwoners			Gemiddeld voor plaatsen met 20.000 – 30.000 inwoners		
	Aantal	m ² wvo ¹⁸	m ² wvo per 1.000 inw.	Aanta l	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.	Aanta l	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.
Totaal dagelijks	28	5.771	288	31	6.146	350	44	9.054	365
<i>Supermarkt</i>	4	3.795	189	-	-	-	-	-	-
<i>Speciaal- zaken</i>	24	1.976	99	-	-	-	-	-	-
Totaal niet- dagelijks	80	15.148	756	96	25.702	1.467	138	40.518	1.756
<i>Luxe en mode</i>	41	5.290	264	40	6.040	344	58	9.844	396
<i>Vrije tijd</i>	13	1.483	74	13	1.872	107	20	3.378	136
<i>In & om huis</i>	24	7.564	377	38	16.893	965	53	25.909	1.043
<i>Overig</i>	2	811	40	5	897	51	7	1.387	56
Leegstand	7	1.137	57	10	2.139	122	14	3.114	125
Totaal	115	22.056	1.101	127	31.848	1.817	182	52.684	2.121

¹⁸ wvo is winkelverkoopvloeroppervlak (voor de consument toegankelijke winkelruimte).

Tabel 2: Vergelijking Goirle en Riel met kernen van vergelijkbare omvang situatie 2008									
	Goirle en Riel (22.351 inwoners) ¹⁹			Gemiddeld voor plaatsen met 15.000 – 20.000 inwoners Totaal			Gemiddeld voor plaatsen met 20.000 – 30.000 inwoners Totaal		
	Aantal	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.	Aanta l	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.	Aanta l	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.
<i>Warenhuis</i>	1	450	-	1	1.124	39	1	2.047	45
<i>Kleding en mode</i>	26	3.276	-	23	5.288	182	34	9.123	213
<i>Schoenen en lederwaren</i>	3	520	-	5	1.617	54	8	2.596	65
<i>Juwelier en optiek</i>	5	363	-	5	485	19	8	738	20
<i>Huishoudelijke / luxe artikelen</i>	4	481	-	4	1.101	41	6	1.952	44
<i>Antiek en Kunst</i>	2	200	-	2	229	9	1	340	9
Totaal Mode & Luxe	41	5.290	-	40	9.844	344	58	16.796	396

¹⁹ Voor de dagelijkse sector is de situatie van de kern Goirle in beeld gebracht. De getallen voor de niet-dagelijkse zijn in beeld gebracht voor de gehele gemeente Goirle.

Tabel 3: Vergelijking Goirle en Riel met kernen van vergelijkbare omvang situatie 2008									
	Goirle en Riel (22.351 inwoners)			Gemiddeld voor plaatsen met 15.000 – 20.000 inwoners Totaal			Gemiddeld voor plaatsen met 20.000 – 30.000 inwoners Totaal		
	Aantal	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.	Aanta l	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.	Aanta l	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.
Sport en spel	5	654	-	5	1.120	64	7	2.068	83
Hobby	4	264	-	4	261	15	6	551	22
Media	5	565	-	4	491	28	7	759	31
Totaal Vrije Tijd	14	1.483	-	13	1.872	107	20	3.378	136

Tabel 4: Vergelijking Goirle en Riel met kernen van vergelijkbare omvang situatie 2008									
	Goirle en Riel (22.351 inwoners)			Gemiddeld voor plaatsen met 15.000 – 20.000 inwoners Totaal			Gemiddeld voor plaatsen met 20.000 – 30.000 inwoners Totaal		
	Aanta l	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.	Aanta l	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.	Aanta l	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.
Plant en dier (inclusief tuincentra)	7	1.639	-	8	4.359	249	11	5.144	207
Bruin- en witgoed	3	382	-	7	745	43	9	1.267	51
Fiets- en autoaccessoires	5	1.279	-	4	711	41	5	969	39
Doe-het-zelf	7	4.093	-	5	4.012	299	7	5.345	215
Wonen	8	1.569	-	14	7.066	403	21	13.184	531
Totaal In/Om Huis	30	8.962	-	38	16.893	1.035	53	25.909	1.043

Tabel 5: Vergelijking Goirle en Riel met kernen van vergelijkbare omvang situatie 2008									
	Goirle en Riel (22.351 inwoners)			Gemiddeld voor plaatsen met 15.000 – 20.000 inwoners Totaal			Gemiddeld voor plaatsen met 20.000 – 30.000 inwoners Totaal		
	Aantal	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.	Aanta l	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.	Aanta l	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.
Overige detailhandel	2	811	41	5	897	51	7	1.387	56

Bijlage 2: Lijst van geïnterviewden

- De heer Wetzels (voorzitter Stichting Detailhandel Goirle)
- De heer Van den Corput (Boerenschuur)
- De heer Tra (Fonzie)
- Mevrouw Lahaye (Lunchroom De Hovel)
- Mevrouw de Volder (Dameskapsalon Volder)
- Mevrouw de Jong (HEMA)
- De heer Van Korven (Paul van de Korven tweewielers)
- Mevrouw de Bruin ('t Trendje)
- De heer Egbers (Egbers Optiek)
- De heer Oerlemans (Tuincentrum Sjef Oerlemans)
- De heer Zanen (Super de Boer)
- De heer Smits (Grafisch Buro Goirle)
- De heer Van Iersel (marktmeester gemeente Goirle)
- De heer Brands (Slager Van Hest)
- De heer Smits (Kapper Henk Smits)
- De heer Leemans (café Kerkzicht)
- De heer en mevrouw Rugebregt (Het Eiland)

Bijlage 3: Overzicht van de bronnen

Algemeen Goirle

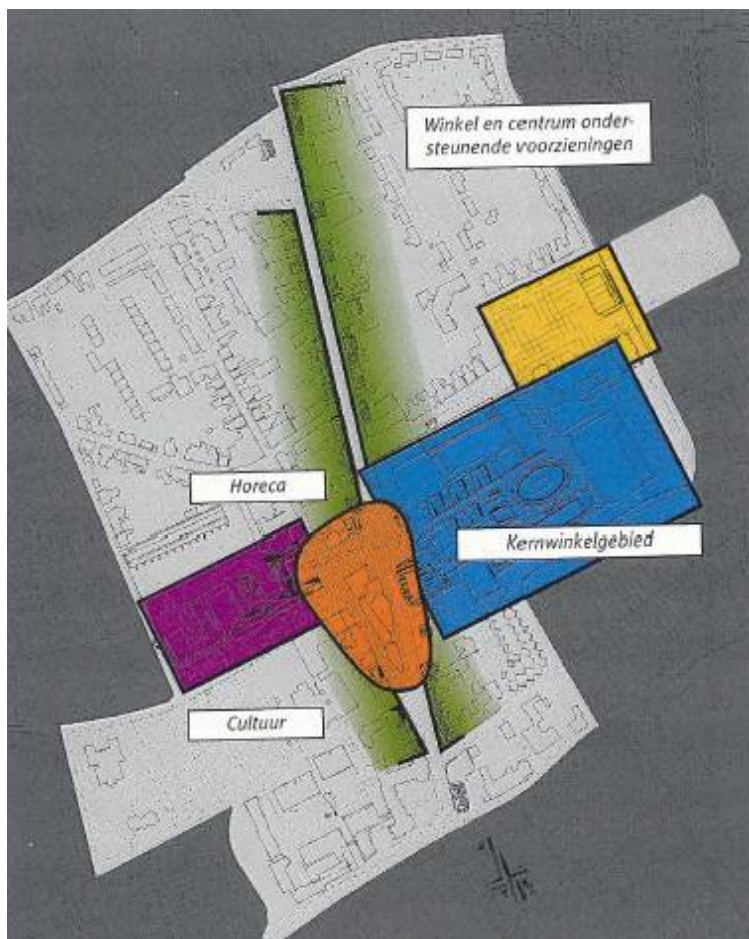
- Bestuursprogramma Gemeente Goirle 2006-2010 (mei 2006).
- Toekomstvisie 2015, *Goirle, groen en sociaal*, (januari 2008).
- Nota Economisch beleid. *Goirle onderneemt in 't groen* (ETIN adviseurs, januari 2008).
- Voorontwerp bestemmingsplan Centrumgebied (KuyperCompagnons, 2002).
- Bedrijvenregister MiddenBrabant (Gemeente Tilburg, 2007).
- Tabellenboek Werkgelegenheid Noord Brabant 2003-2007 (I&O Research, 2007).
- Uitwerkingsplan Stedelijke Regio Breda-Tilburg (Provincie Noord-Brabant, 2004).
- Woningbouwprogramma 2008 (Gemeente Goirle, mei 2008).
- Bouwscenario Riel (Gemeente Goirle, aangepaste versie 2008).
- Evenementenbeleidsnota (Gemeente Goirle, 2007).
- Recreatieve Poort Goirle, *"Een schakel in een aantrekkelijk netwerk"* (Gemeente Goirle, 2007).
- Buitengebied in Beweging! (Gemeente Goirle, december 2008).

Detailhandel en horeca

- Integraal Ontwikkelingsplan Centrum (KuyperCompagnons, 2003).
- Terrassenbeleid Goirle (Gemeente Goirle, 2007).
- Koopstromenonderzoek Midden-Brabant (BRO, 2007).
- Branchering winkelcentrum De Hovel (DHV, april 2002).
- Mogelijkheden Detailhandel (DHV, september 1999).
- Nadere uitwerking mogelijkheden detailhandel (DHV, sept. 2000).
- Ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel (BRO, juli 1992).
- Ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel, actualisatie (BRO, juli 1995).
- Ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel (BRO, juli 1982).
- Effecten uitbreiding supermarktaanbod in het centrum van Goirle (BRO, februari 1989).
- Hotelonderzoek Regio Midden Brabant (Kamer van Koophandel, 2007).
- Arbeidsmarkt in de detailhandel (Hoofdbedrijfsschap Detailhandel, 2006).
- Nieuwe markten in het Brabantse land. In opdracht van Provincie Noord-Brabant en stichting AGro en Co (2008).

- Kloosterplein. Een nieuw hart voor Goirle, Karres en Brands landschapsarchitecten i.s.m. Bedeaux de Brouwer architecten. Conceptversie juni 2008.
- De Tilburgse shoppingmall. Telos. Brabants centrum voor duurzame ontwikkeling (juni 2008).
- Economische Effect Rapportage Mall Tilburg (DHV, juni 2008).
- Mall Tilburg. Effecten op natuur, milieu en bereikbaarheid (Royal Haskoning, juni 2008).
- Haalbaarheid en effecten megamall Tilburg (EIM, 2008).

Bijlage 4: Functionele structuur centrumplan



Functionele structuur centrumgebied volgens Integraal Ontwikkelingsplan Centrum (2002/2003), bron Kuiper Compagnons