

REGIO | HART VAN | BRABANT



Hoofdrapport

REGIONALE DETAILHANDELSFOTO

Provincie Noord-Brabant



REGIO | HART
VAN | BRABANT

Regionale detailhandelsfoto

Regio Hart van Brabant

Hoofdrapport

Rapportnummer:	204X00463.076586_6
Datum:	22 november 2013
Contactpersoon opdrachtgever:	De heer B. Kapitein
Projectteam BRO:	Aiko Mein, Eefje van der Velden
Trefwoorden:	Regionale detailhandelsfoto, foto, uitgangssituatie, weerbaarheidsanalyse, weerbaarheid, detailhandel, detailhandelsstructuur, Midden-Brabant, Hart van Brabant
Beknopte inhoud:	Regio Hart van Brabant wenst inzicht in de uitgangssituatie van de bestaande detailhandelsstructuur om tot een betere onderlinge regionale afstemming te komen. De foto die van Hart van Brabant is gemaakt, geeft de stand van zaken met betrekking tot de detailhandel in de regio weer, evenals de ontwikkelingen in de afgelopen jaren. Daarnaast wordt ingegaan op de trends en ontwikkelingen die de komende jaren van invloed zullen zijn op (het functioneren van) de regionale detailhandelsstructuur.



BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401
E info@bro.nl





Inhoudsopgave

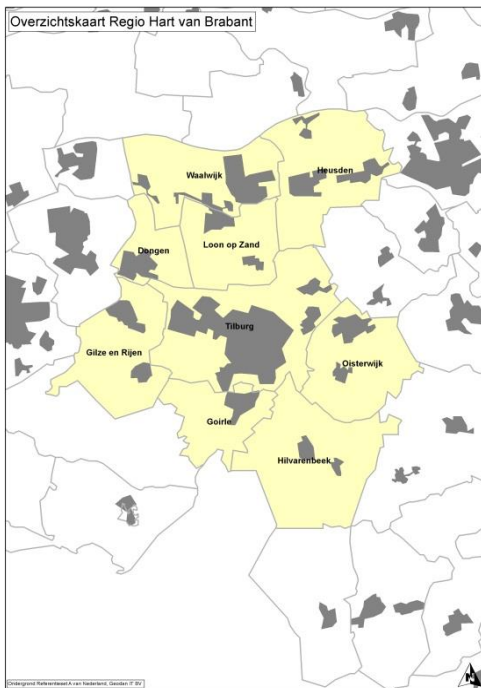
1. INLEIDING.....	5
1.1 Regio Hart van Brabant en de detailhandel	5
1.2 Achtergrond en vraagstelling	6
1.3 Totstandkoming	6
1.4 Opzet	7
2. RELEVANTE TRENDS EN ONTWIKKELINGEN	9
2.1 Inleiding	9
2.2 Algemene trends en ontwikkelingen	9
2.3 Beleidsmatige ontwikkelingen	12
2.4 Ontwikkelingen in de omgeving	13
2.5 Constateringen en verwachtingen.....	14
3. DE DETAILHANDEL IN HART VAN BRABANT: POSITIE EN PERSPECTIEF	15
3.1 Inleiding	15
3.2 De huidige detailhandelsstructuur	16
3.3 De (boven)regionale trekkracht van het winkelaanbod	27
3.4 Conclusies	27
4. REGIONALE ONTWIKKELINGEN EN LEISURE	29
4.1 Regionale ontwikkelingen in vraag en aanbod.....	29
4.2 Leisure in Midden-Brabant	32
5. HET PERSPECTIEF VOOR DE REGIONALE DETAILHANDELSTRUCTUUR VAN HART VAN BRABANT	35
5.1 Sterke en zwakke punten, kansen en bedreigingen	35
5.2 Perspectief per winkelgebied	36
5.3 De foto nader bekeken.....	41
5.4 Ten Slotte.....	42

1. INLEIDING

1.1 Regio Hart van Brabant en de detailhandel

Regio Hart van Brabant

In het midden van de provincie Noord-Brabant ligt de dynamische regio Hart van Brabant. De gemeenten Dongen, Gilze en Rijen, Goirle, Hilvarenbeek, Loon op Zand, Oisterwijk, Tilburg, Waalwijk maken deel uit van deze regio en de gemeente Heusden wordt in deze regionale detailhandelsfoto ook meegenomen. Het gebied heeft ruim 435.000 inwoners.



De economie van de regio laat zich het best typeren door de termen veelzijdig, stabiel groeiend en zichzelf vernieuwend. De regio is sterk in de brede zin van het woord en heeft een historie van tweehonderd jaar industriële bedrijvigheid. Industrie is nog steeds een van de economische pijlers, maar andere sectoren zijn daarnaast evenzeer beeldbepalend. De vier sectoren waarmee Hart van Brabant zich duidelijk onderscheidt van andere regio's in Brabant en in Nederland, zijn leisure, logistiek, zorg en aerospace & maintenance.

De Regio Hart van Brabant richt zich op het coördineren en stimuleren van activiteiten die de economie van de regio duurzaam versterken. Hart van Brabant zet de komende jaren onder meer in op een ruimtelijk kader dat houvast biedt aan de bij de economische ontwikkeling betrokken partijen. Een van de gebieden waar Hart van Brabant zich mee bezig houdt, is de detailhandel, een sector die meerdere beleidsterreinen raakt (consumentenverzorging, leefbaarheid, economie, werkgelegenheid).

1.2 Achtergrond en vraagstelling

Verbetering regionale afstemming Hart van Brabant

De detailhandel staat onder zware druk; de kranten staan er vol van. Maar hoewel de leegstand toeneemt, worden er ook steeds weer nieuwe initiatieven ontplooid. De kernvraag waar de lokale overheden nu voor staan is: hoe kunnen zowel de negatieve als de positieve ontwikkelingen in goede banen geleid worden, zonder daarbij overigens in concurrentieverhoudingen te treden. De bij het onderwerp betrokken portefeuillehouders in Hart van Brabant zijn voornemens om in dit kader te komen tot een betere onderlinge afstemming van de detailhandelsontwikkelingen in de regio. De belangrijkste achterliggende doelstellingen daarbij zijn:

- de regioconsument een blijvend goede verzorging bieden;
- een basis bieden voor lokaal beleid;
- helderheid voor regiogemeenten en bedrijfsleven over de koers voor de komende jaren;
- behoud en versterking van de economische betekenis van detailhandel voor de regio;
- het voorkomen van aantasting van de leefbaarheid als gevolg van leegstand.

De eerste stap in het proces naar regionale afstemming is het aangeven van de uitgangssituatie en daarbinnen vooral het regionale en lokale onderscheidende vermogen (DNA) van de verschillende winkelcentra: de regionale detailhandelsfoto.

Vraagstelling regionale detailhandelsfoto

De regionale detailhandelsfoto omvat het aangeven van de huidige kwaliteiten en knelpunten in de regionale detailhandelsstructuur en de kansen en bedreigingen voor die structuur in de komende jaren. Voor het opstellen van de regionale detailhandelsfoto zijn de volgende centrale vragen geformuleerd:

- Hoe ziet de detailhandelsstructuur van Hart van Brabant er momenteel uit?
- Wat zijn momenteel de sterke en zwakke punten van de vraag- en aanbodsituatie en welke ontwikkelingen zullen zich de komende periode op dit gebied voordoen?
- Wat zijn de ambities en uitgangspunten van de regiogemeenten ten aanzien van de lokale detailhandelsontwikkelingen? Welke plannen of ontwikkelingen spelen er en worden ze in het beleid gefaciliteerd?
- Wat is, gezien de uitgangssituatie, kansen en bedreigingen en trends, de vitaliteit van de afzonderlijke winkelgebieden? Hoe kunnen zij in de toekomst in regionaal verband functioneel gepositioneerd worden.
- Hoe kan de regionale detailhandel beter inspelen op de (andere) kernkwaliteiten van de regio, zoals de imposante leisurfunctie, de uitstekende bereikbaarheid of de ligging te midden van grote bevolkingsconcentraties?
- Wat zijn de belangrijkste opgaven voor de regio Hart van Brabant in de komende jaren?

1.3 Totstandkoming

De onderhavige nota is in opdracht van Regio Hart van Brabant opgesteld door BRO, adviseurs in ruimtelijke ordening, economie en milieu te Boxtel. Gedurende het traject van de totstandkoming van het rapport is meerdere keren overleg gepleegd met medewerkers van Hart van Brabant en vertegenwoordigers van de diverse regiogemeenten. De regiogemeenten hebben individueel ook informatie aangeleverd.

1.4 Opzet

In onderhavig hoofdrapport zijn de belangrijkste bevindingen van het onderzoek kernachtig neergelegd.

Bij dit hoofdrapport behoren twee bijlageboeken, namelijk:

- Een bijlageboek waarin diverse tabellen met onderliggend cijfermateriaal zijn opgenomen, evenals meer uitgebreide beschouwingen over enkele onderwerpen (trends en ontwikkelingen, concurrentieparticipatie Hart van Brabant, beleidsontwikkelingen)
- Een bijlageboek met daarin factsheets over vraag en aanbod in de afzonderlijke gemeenten en de grootste winkelgebieden in de regio.

2. RELEVANTE TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

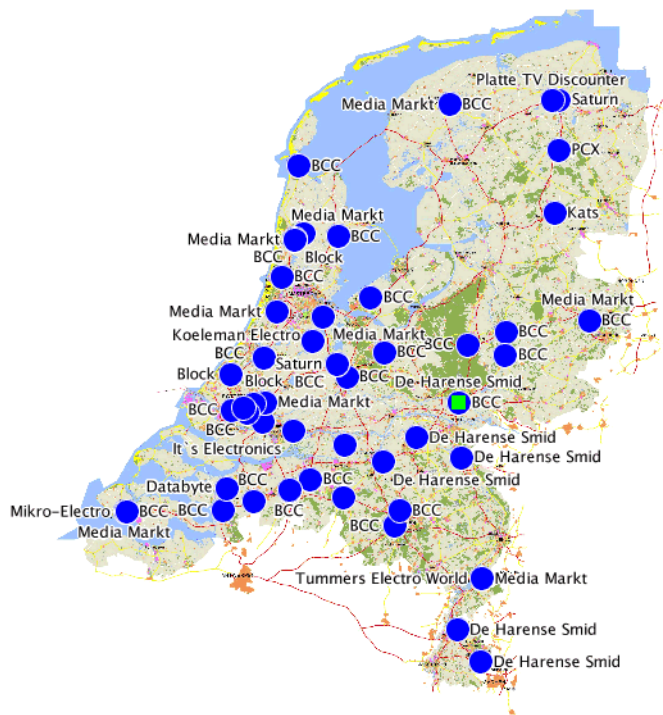
2.1 Inleiding

De detailhandel is sterk in beweging en er spelen veel zaken die van invloed kunnen zijn op de detailhandelsstructuur van Hart van Brabant. In dit hoofdstuk worden de belangrijkste trends en ontwikkelingen in vraag, aanbod en beleid aangegeven. Voor een meer uitgebreide verhandeling over enkele onderdelen hiervan verwijzen wij naar het bijlagenboek.

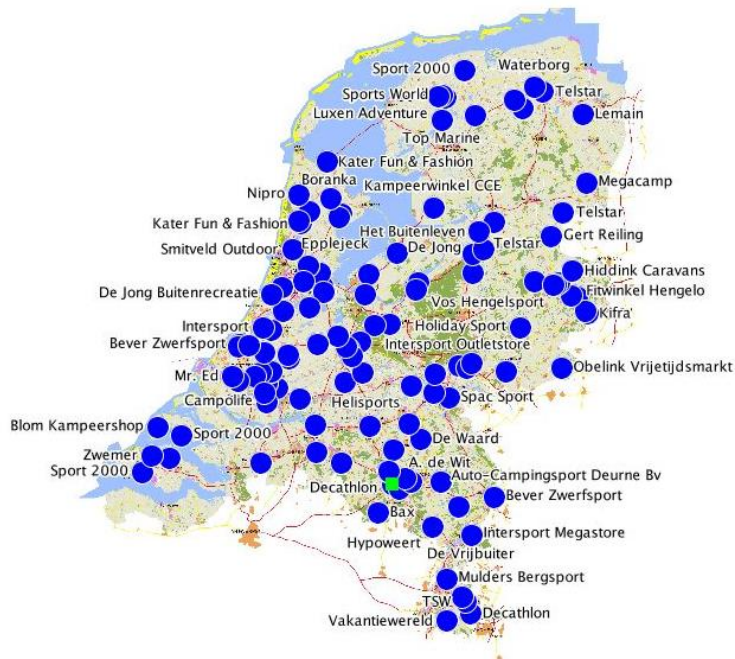
2.2 Algemene trends en ontwikkelingen

- De afgelopen jaren heeft webwinkelen (e-commerce) sterk aan populariteit gewonnen, en inmiddels wordt ca. 7% van de detailhandelsbestedingen online gedaan. De verwachting is dat het internet zich de komende jaren verder als volwaardig aankoopkanaal gaat ontwikkelen waardoor de online detailhandelsbestedingen zullen blijven stijgen. Hoewel de effecten nog moeilijk te overzien zijn, is het zeer waarschijnlijk dat hierdoor minder detailhandelsomzet in de winkels terecht gaat komen, dat er een toenemende vraag zal zijn naar internetafhaalpunten maar ook dat het voor ondernemers een kans is in te spelen op een cross-channel strategie (integreren e-winkel en fysieke winkel).
- Voor het afhalen (en retourneren) van via internet bestelde artikelen zijn en worden diverse soorten afhaalpunten gecreëerd. Zo worden afhaalpunten in of bij bestaande winkels gerealiseerd, maar ook op bedrijventerreinen bij bijvoorbeeld opslagfaciliteiten. Dergelijke afhaalpunten kunnen uitgroeien tot echte winkels als er showrooms bijkomen. Vanuit meerdere supermarktketens wordt gewerkt aan specifieke afhaalcentra bij trafficpoints of afslagen van snelwegen.
- Vanwege verschillende demografische veranderingen, zoals de vergrijzing, de toenemende culturele diversiteit en de gezinsverdunning, verandert het koopgedrag van de consument. Bijvoorbeeld winkelgebieden die goed bereikbaar zijn en service en kwaliteit bieden, zijn gewild bij ouderen. Kleinere huishoudens hebben een ander bestedingspatroon dan gezinnen met kinderen. Op dergelijke ontwikkelingen dienen winkelgebieden en retailers te anticiperen.
- In Nederland staat ca. 13% van het aantal winkels leeg. Naar winkelgebiedstypen blijkt dat de leegstand in de centrale winkelgebieden het hoogst is, waarbij met name de grote hoofdwinkelgebieden een hoge winkelleegstand kennen (16%). Hier zijn het vooral de aanloopstraten en andere B- en C-vestigingsgebieden die met leegstand kampen: in de A-gebieden is gewoonlijk nauwelijks sprake van leegstand.

Figuur 2.1: Bruin- en witgoed op perifere locaties in Nederland



Figuur 2.2: Sportdetailhandel op perifere locaties in Nederland



- De leegstand van winkelpanden zal waarschijnlijk verder toenemen vanwege de toenemende detailhandelsbestedingen via internet, de vergrijzing van het ondernemersbestand en de druk op de consumentenbestedingen als gevolg van onder meer een laag consumentenvertrouwen. Landelijk concentreert de toename van de leegstand zich vooral in krimpgebieden, de centra van middelgrote plaatsen, kleine dorpen, buurtwinkelcentra en zoals gezegd de randgebieden van grotere binnensteden.
- Er zijn signalen dat de leegstandsproblematiek op sommige locaties al leidt tot een aanzienlijke huurprijsverlaging. Dit kan een dempend effect hebben op de leegstandsontwikkeling.

- Een deel van de perifere winkelgebieden functioneert momenteel als gevolg van de economische en woningmarktcrisis matig tot slecht. Ook hier neemt de leegstand toe. Het zijn vooral de kleinere en onduidelijke geprofileerde woonboulevards en andere perifere clusters die hier mee te maken hebben: de grootste perifere winkelgebieden functioneren overwegend goed, mede omdat hier gewoonlijk grotere publiekstrekkingen als Ikea of een electrowarenhuis aanwezig zijn.
- De concurrentie tussen winkelgebieden neemt toe omdat de consument steeds hogere eisen gaat stellen aan aanbod, kwaliteit, keuzemogelijkheid, prijsstelling, bereikbaarheid en parkeren en beleving en vermaak. De consument is steeds minder trouw aan aankooplocaties, ook vanwege de toegenomen mobiliteit en het feit dat men veel zeer goed geïnformeerd is over de kwaliteiten van winkels en winkelgebieden (internet!). Hierdoor is er sprake van een toenemende polarisatie tussen winnaars en verliezers, zowel op het niveau van individuele winkels als op het niveau van winkelgebieden.
- Er betreden nog steeds nieuwe winkelformules de Nederlandse markt, met name buitenlandse formules. Tegelijkertijd verdwijnen er ook formules met name formules in branches waar het webwinkelen sterk in opkomst is. Dit zijn vooral formules die nog weinig onderscheidend zijn.
- De schaalvergroting en netwerkverdichting van filiaalbedrijven zet door. Bij een deel van de aanbieders, vooral degenen met grootschalige formules, resulteert dit ook in een vraag naar vestiging op perifere locaties. Maar ook in A1 gebieden is er vraag naar (zeer) grootschalige units.
- Er is tegelijkertijd ook een trend van schaalverkleining gaande, met name in grotere reguliere winkelcentra, enerzijds als gevolg de mogelijkheden tot efficiënter voorraadbeheer, anderzijds door superspecialisatie.
- Er is op veel perifere detailhandelslocaties sprake van brancheverbreiding (aanwezigheid meer winkels in andere branches dan de klassieke PDV-branches). Dit resulteert in aantrekkelijkere perifere detailhandelslocaties maar kan in sommige gevallen ook zorgen voor een toenemende concurrentie met reguliere winkelgebieden. De bijgevoegde kaarten geven aan dat in bruin- en witgoed en sport al veel grootschalige winkels op perifere locaties gevestigd zijn.
- Specifiek voor de dagelijkse artikelensector geldt dat de marktontwikkelingen positiever zijn dan in de meeste tot de niet-dagelijkse artikelensector behorende branches. Supermarkten blijven zich moderniseren en dat gaat vaak gepaard met schaalvergroting. Hun marktaandeel blijft stijgen, maar de levensmiddelen speciaalzaken staan onder druk. De verwachting is dat de daling van het aantal speciaalzaken nog wel aan zal blijven houden.

2.3 Beleidsmatige ontwikkelingen

De verslechterde situatie in de detailhandel heeft de afgelopen jaren er ook toe geleid dat het onderwerp meer in de aandacht van bestuur en politiek is gekomen. Dit heeft er onder meer in geresulteerd dat in oktober 2012 het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) is gewijzigd. Hierin is vastgelegd dat de toelichting bij een bestemmingsplan/ projectafwijking dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling met bovenlokale effecten (waaronder detailhandel) mogelijk maakt, moet voldoen aan de systematiek van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking'¹. Deze ladder omvat de volgende stappen:

1. "Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte;
2. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel a, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins, en;
3. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel b, blijkt dat de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden, wordt beschreven in hoeverre wordt voorzien in die behoefte op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld."

Ook de provincie Noord Brabant heeft het onderwerp Detailhandel tegenwoordig hoog op de agenda staan. Begin 2013 heeft men het symposium 'Detailhandel in Brabant, Werk aan de winkel' georganiseerd, en aan een expertteam, bestaande uit vertegenwoordigers van overheden, marktpartijen en kennisinstellingen, is gevraagd advies te geven aan de regionale ruimtelijk overlegorganen (RRO's) en de provincie. Vanuit dit expertteam is aangegeven dat een heldere en stevige sturing van de overheid en samenwerking tussen overheden en marktpartijen van groot belang is. Men ziet met name voor de regio's een opgave om het detailhandelsvraagstuk regiospecifiek op te pakken. Ook ziet men een opgave voor de provincie om het detailhandelsbeleid aan te scherpen, bijvoorbeeld door het borgen van de regionale afspraken in de RRO's.

Inmiddels is door de provincie een notitie opgesteld voor behandeling door provinciale Staten. Hierin wordt voorgesteld dat bij bepaalde (grootschalige) detailhandelsontwikkelingen de wenselijkheid aan de orde te stellen (is er sprake van en daadwerkelijke versterking van de detailhandelsstructuur). Het gaat daarbij om:

- plannen waarbij een forse winkeloppervlakte wordt toegevoegd (nieuw of bij bestaande winkels en winkelgebieden);
- de ontwikkeling van nieuwe (perifere) winkellocaties op bedrijventerreinen;
- het toestaan van afhaalpunten/showrooms bij internetbedrijven die buiten bestaande winkelgebieden zijn gelegen;
- grote veranderingen en uitbreidingen op meubelboulevards;
- (thematische) nieuwe detailhandelsconcepten die thans nog niet bekend zijn in de markt.

¹ Eerder ook wel SER-ladder genoemd.

Over dergelijke plannen wil men vroegtijdig met de gemeenten in overleg gaan, en waar gewenst zullen de gemeenten in de regio geïnformeerd worden door behandeling in de RRO's. Verder wil men relevante plannen toetsen op toepassing van de Ladder van duurzame verstedelijking. Regionale afstemming is hierbij een belangrijk aspect. Tenslotte zal men indien nodig het indienen van zienswijzen bij ontwerpbestemmingsplannen en een reactieve aanwijzing of beroep bij vastgestelde plannen toepassen (met terughoudendheid). Het is te verwachten dat deze aanbevelingen een vertaling zullen krijgen in de provinciale Verordening Ruimte.

Vanuit de SER Noord Brabant is de provincie ook geadviseerd steviger in te zetten op een toetsende rol ten aanzien van nieuwe gemeentelijke winkelplannen, en men dringt in dit verband aan op aanvullende passages in de Verordening Ruimte. Andere aanbevelingen zijn onder meer een stimulerende rol voor de provincie bij het opzetten van centrummanagement, het inzetten van fondsen ter ondersteuning van lokale en regionale initiatieven detailhandel, het geven van impulsen aan innovatieve concepten en het stimuleren van nieuw ondernemerschap in de detailhandel, met name gericht op behoud van detailhandelsvoorzieningen in de kleine kernen.

Binnen de regio Hart van Brabant bestaan grote verschillen tussen de afzonderlijke gemeenten op het punt van detailhandelsbeleid. Veelal is er sprake van beleid op hoofdlijnen. En meer specifieke of actuele onderwerpen als afhaalpunten, leegstand of de leefbaarheid van de kleinste kernen of buurten komen weinig aan bod. Bij veel gemeenten staat in het beleid de positie en ontwikkeling van het hoofdwinkelcentrum centraal, terwijl ook de perifere detailhandel aandacht krijgt.

2.4 Ontwikkelingen in de omgeving

Hart van Brabant wordt op korte afstand omgeven door een drietal grote steden. Te weten 's-Hertogenbosch, Eindhoven en Breda. Het betreft sterke winkelsteden: de hoofdwinkelcentra van 's-Hertogenbosch en Breda hebben als extra een historische uitstraling. In beide steden bestaan plannen voor en verdere uitbreiding van het winkelaanbod in het centrum. De Eindhovense binnenstad biedt vooral een zeer ruime keuze. Met name Breda en Eindhoven (Ekkersrijt, gemeente Son en Breugel) hebben ook grote en sterke perifere winkelclusters (o.a. aanwezigheid Ikea). De woonboulevard van 's-Hertogenbosch is kleiner, maar wel modern van opzet. Voor alle perifere clusters bestaan plannen voor een verdere uitbreiding (o.a. met electrowarenhuizen). Verder zijn de recente vestiging van Decathlon in Best en de mogelijke vestiging van Hornbach hier, van belang voor Hart van Brabant

Aan de westzijde van de regio zijn twee relevante ontwikkelingen aan te geven, namelijk de vestiging van Decathlon direct ten oosten van Breda (Bavelse Berg) en de mogelijke uitbreiding van de perifere winkelcluster in Oosterhout. Het centrum van Oosterhout trekt momenteel ook al veel consumenten uit het noord-westelijke deel van Hart van Brabant (ruim aanbod, veel overdekt winkelgebied).

2.5 Constateringen en verwachtingen

- Door de beoogde uitbreiding van met name het grootschalig winkelaanbod in de omgeving van Hart van Brabant zal de concurrentie de komende jaren toenemen.
- Vanuit zowel het Rijk als vanuit de provincie Noord-Brabant wordt aangestuurd op een zorgvuldig en terughoudend omgaan met nieuwe, grootschalige winkelontwikkelingen. Daarbij wordt het belang van inzicht in de regionale effecten en regionale afstemming veel nadrukkelijker naar voren gebracht dan voorheen, toen detailhandelsontwikkelingen vooral als een gemeentelijke aangelegenheid werden gezien.
- Het is te verwachten dat de bestedingen in fysieke winkels de komende jaren niet gaan toenemen of misschien zelfs nog verder gaan dalen als gevolg van de toename van de detailhandelsbestedingen via e-commerce en de voorspelde beperkte groei van de economie.
- Als gevolg van het voornoemde, de realisatie van eventueel nieuw winkelaanbod, maar ook de pensioenering van ondernemers, zal de leegstand in bepaalde gebieden, kernen en (delen) van winkelgebieden de komende jaren zeer waarschijnlijk nog verder toenemen. Het gaat hierbij met name om krimpgebieden, middelgrote kernen en winkelcentra, met name als ze in de buurt van grotere steden of winkelcentra zijn gelegen, ongunstig gesitueerde solitaire winkels, winkels in kleine marktgebieden en kleinere perifere clusters met een weinig onderscheidend karakter.
- De leegstandsontwikkeling zal in enkele specifieke gevallen tot verloedering of aantasting van het leefklimaat kunnen leiden, maar lang niet altijd. De meeste negatieve effecten zijn te verwachten in de kleinste kernen en bij de buurtcentra (verdwijnen boodschappenaanbod). Ook in sommige aanloopgebieden van grotere winkelcentra kan de leegstand dusdanig oplopen dat het problematisch kan worden. Huurprijsverlagingen en/of een ander gebruik van de betreffende panden kunnen een negatieve ontwikkeling soms keren.
- Het is niet uit te sluiten dat als gevolg van een verdere huurverlaging het perspectief van sommige winkelgebieden toch weer beter wordt.
- Er blijft vanuit de markt vraag naar goed gesitueerde winkelruimte, zowel grootschalig als kleinschalig. De vraag spitst zich vooral toe op grotere en/of onderscheidende winkelgebieden. Dit geldt zowel voor de hoofdwinkelcentra, buurt- wijk en dorpscentra als de perifere winkelgebieden.
- De concurrentie tussen winkelgebieden zal als gevolg van de marktontwikkelingen (beperkte groei van de consumentenvraag) verder toenemen.
- Voor het functioneren van winkelgebieden is een heldere profilering naar koopmotief essentieel, gekoppeld de bijbehorende eisen aan gemak, efficiëntie en beleving.
- Vanuit de markt zullen de komende jaren steeds meer aanvragen komen voor de realisatie van afhaalpunten op bedrijventerreinen of goed bereikbare plekken. Enerzijds gaat het hierbij om extra service voor de consument en kan het bijdragen aan minder verkeer in woonwijken, anderzijds kan hier een bedreiging voor winkelgebieden van uitgaan en bestaat de kans op ongewenst gebruik van bedrijventerreinen (hinder voor andere bedrijven).

3. DE DETAILHANDEL IN HART VAN BRABANT: POSITIE EN PERSPECTIEF

3.1 Inleiding

Hart van Brabant

De regio Hart van Brabant beschikt reeds over een veelheid aan winkels en winkelgebieden die bezocht worden door de eigen inwoners en bezoekers van buiten de regio. In dit hoofdstuk wordt eerst ingegaan op deze uitgangssituatie wat betreft vraag- en aanbodaspecten. Aan de orde komen de omvang en samenstelling van de detailhandel, de spreiding van het aanbod, de schaal van het aanbod, de leegstand, etc. De gegevens worden afgezet tegen referentiegegevens voor geheel Noord-Brabant en Nederland. Tevens wordt de ontwikkeling sinds 2008 geschetst.

Gemeenten en belangrijkste winkelgebieden

Op dezelfde manier als voor de regio, worden de gemeenten Dongen, Gilze en Rijden, Goirle, Heusden, Hilvarenbeek, Loon op Zand, Oisterwijk, Tilburg en Waalwijk onder de loep genomen. Per gemeente wordt in de vorm van een factsheet een beeld geschetst van enerzijds de aanbodsituatie en anderzijds de vraagontwikkeling in de gemeente. Deze gegevens worden afgezet tegen het gemeentelijk gemiddelde in Noord-Brabant. De factsheets zijn als bijlage toegevoegd.

Voor de belangrijkste winkelgebieden wordt eveneens een aparte factsheet gemaakt met gegevens over de feitelijke aanbodsituatie, een vergelijking met gemiddelden voor referentiecentra in Noord-Brabant en de ontwikkeling sinds 2008. Daarnaast worden de regionaal en grotere lokaal verzorgende centra beoordeeld op een groot aantal functionele en ruimtelijke aspecten waardoor een beeld wordt verkregen van de weerbaarheid ofwel vitaliteit van het winkelgebied.

Detailhandelsstructuur in de regio

De verzamelde gegevens per winkelgebied en gemeente geaggregeerd tot een beeld van de huidige situatie van de detailhandel in Hart van Brabant.

De aanbodgegevens in deze rapportage zijn ontleend aan de cijfers van Locatus Retailverkenner juli 2013.

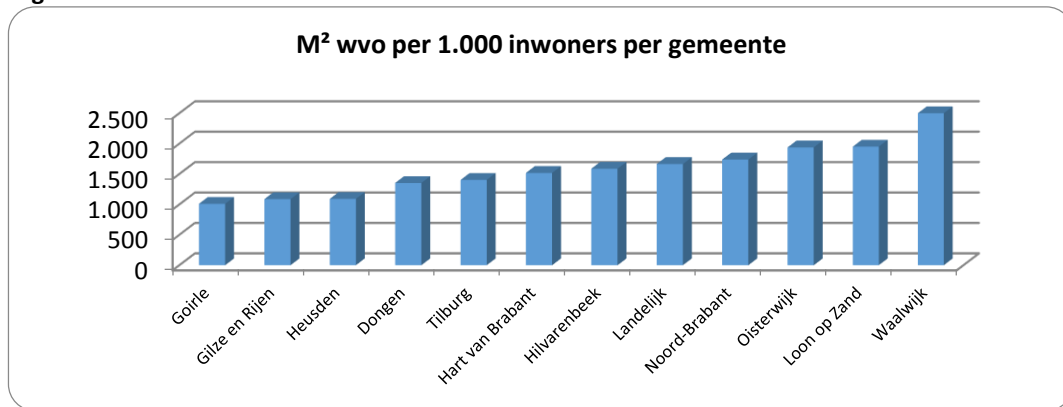
3.2 De huidige detailhandelsstructuur

3.2.1 Omvang en ontwikkeling winkelaanbod

Relatief veel winkelaanbod

In 2013 telde Hart van Brabant ruim 660.000 m² wvo verdeeld over 2.376 winkels. Daarmee is sprake van een relatief beperkt aanbod. Per 1.000 inwoners is er landelijk bijvoorbeeld 1.665 m² wvo aanwezig, in Hart van Brabant is dit 1.518 m² wvo. Ten opzichte van Noord-Brabant is het verschil nog groter. Provinciaal is er 1.738 m² wvo per 1.000 inwoners aanwezig. In onderstaande figuur is te zien dat per gemeente het aanbod per 1.000 inwoners wel sterk verschilt.

Figuur 1



De grote, stedelijke gemeenten hebben overwegend relatief veel winkelaanbod en de kleinere, meer landelijke gemeenten relatief weinig. Uitzondering hierop zijn de gemeenten Waalwijk (vanwege woonboulevard Zanddonk) en Loon op Zand. De gemeente Tilburg heeft overigens voor een stad van ruim 200.000 inwoners een beperkt aanbod per 1.000 inwoners. Juist dit feit heeft een grote invloed op het totaal van de regio!

Schaal kleiner dan het gemiddelde

De winkels in Hart van Brabant hebben een gemiddelde schaalgrootte van 278 m² wvo per winkel. Dit is kleiner dan het provinciaal gemiddelde, dat op 294 m² wvo per winkel ligt, maar vergelijkbaar met het Nederlands gemiddelde ligt op (277 m² wvo per winkel).

Tussen de gemeenten bestaan grote verschillen. Zo is in Waalwijk de gemiddelde schaalgrootte 368 m² wvo per winkel, terwijl in Goirle de winkels gemiddeld slechts ca. 204 m² wvo zijn.

Recreatieve en doelgerichte branches in mindere mate aanwezig

Het zijn met name branches die belangrijk zijn voor recreatief winkelen, zoals kleding en mode, schoeisel en huishoudelijke en luxe artikelen, die beperkt vertegenwoordigd zijn in Hart van Brabant. Dit heeft betrekking op de provinciale referentie Noord-Brabant. Maar ook ten opzichte van het landelijk gemiddelde is het aanbod beperkt. De aanwezigheid van een redelijk beperkt aantal grote hoofdwinkelcentra speelt hierbij mee. Het ontbreekt Hart van Brabant aan winkelcentra met bovenregionale trekkracht. De regio kent wel drie regionaal verzorgende winkelcentra (Oisterwijk, Tilburg en Waalwijk). Het centrum van Tilburg heeft de grootste trekkracht. Ook meer doelgericht bezochte branches, zoals plant en dier (tuincentra) en doe-het-zelf (bouwmarkten), kennen verhoudingsgewijs een kleine omvang gemeten naar verkoopruimte. Dit geldt voor zowel het Nederlands gemiddelde als het provinciaal gemiddelde. Enkel de hoofdbranche hobby is verhoudingsgewijs groter dan het Noord-Brabants gemiddelde.

Winkelaanbod afgenomen sinds 2008

Het winkelaanbod in Hart van Brabant is sinds 2008 qua winkelvloeroppervlak in totaliteit afgenomen. De afname bedraagt ca. 5% (ca. 32.000 m² wvo). Provinciaal is het aanbod in dezelfde periode gegroeid met ca. 2% (85.000 m² wvo). Qua aantal winkels is het aanbod met ca. 5% (751 verkooppunten) afgenomen. Dit betekent dat de gemiddelde omvang per winkel, de schaalgrootte, is toegenomen. De gemiddelde schaalgrootte is in Noord-Brabant van 275 m² wvo per winkel in 2008 toegenomen tot 295 m² wvo per winkel in 2013.

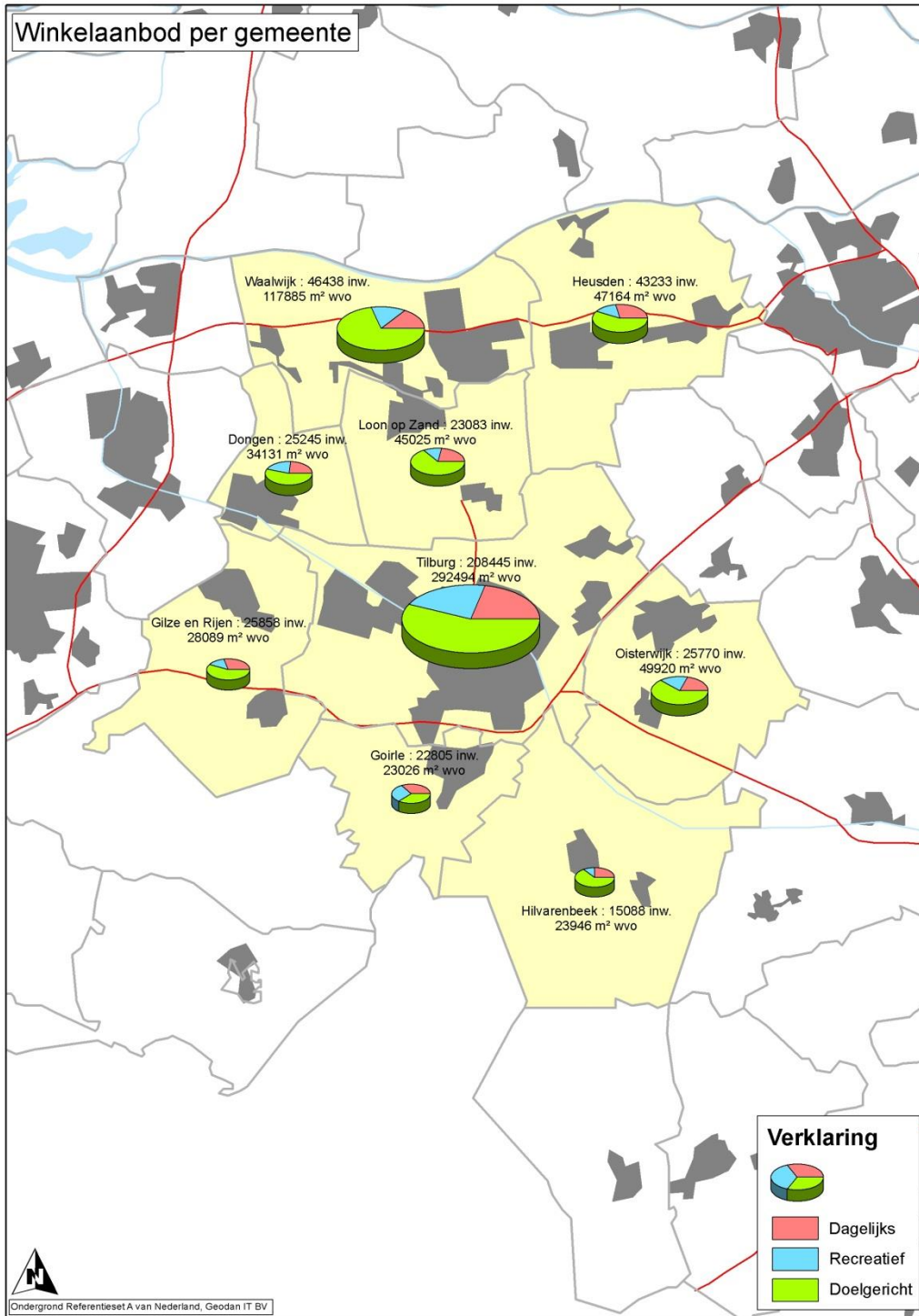
De afgelopen jaren heeft de krimp in vrijwel Hart van Brabant zich vooral gemanifesteerd in de niet-dagelijkse sector (-7%). Alle niet-dagelijkse branches is het aantal winkels, en/of de verkoopruimte afgenomen. In absolute aantallen is branchegroep 'in en om huis' het meest afgenomen (-29.000 m² wvo), relatief is de afname het grootst in branchegroep 'overige detailhandel' (-21%). De dagelijkse sector is in tegenstelling hiermee wel gegroeid, namelijk met 4%.

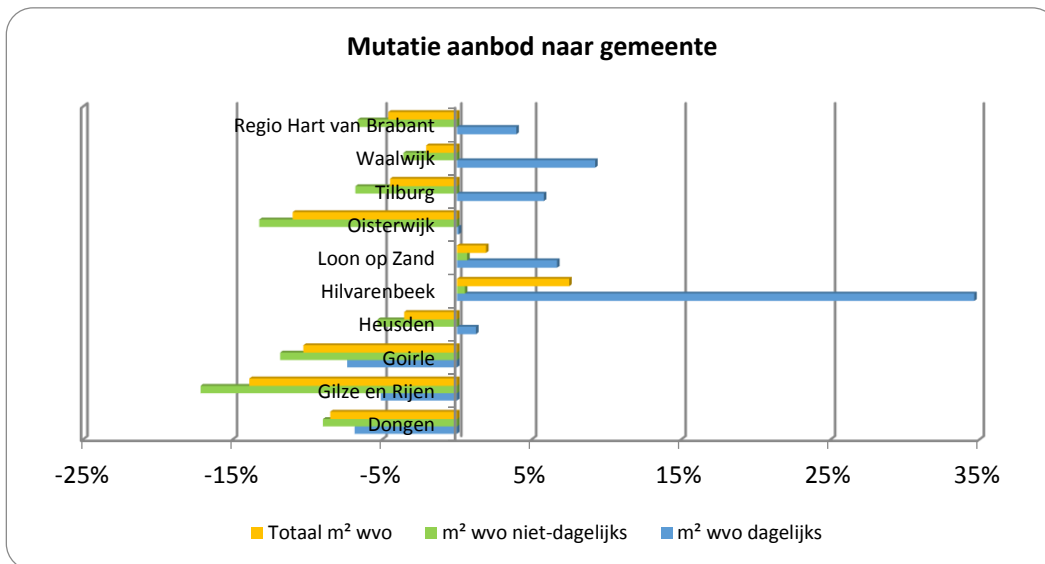
Mutatie aanbod naar gemeenten

In navolgende figuur is te zien dat het aanbod in de meeste overgrote deel van de gemeenten is afgenomen. In de gemeenten Dongen, Gilze en Rijen, Goirle en Oisterwijk is het aanbod bovengemiddeld afgenomen (meer dan -6%). Alleen in de gemeenten Loon op Zand en Hilvarenbeek is het aanbod (beperkt) toegenomen.

Uitgesplitst naar dagelijks aanbod valt op dat er sprake is van groei in de meeste gemeenten. Met uitzondering van de gemeenten Goirle, Gilze en Rijen en Dongen is het dagelijks aanbod in de regio toegenomen.

Winkelaanbod per gemeente



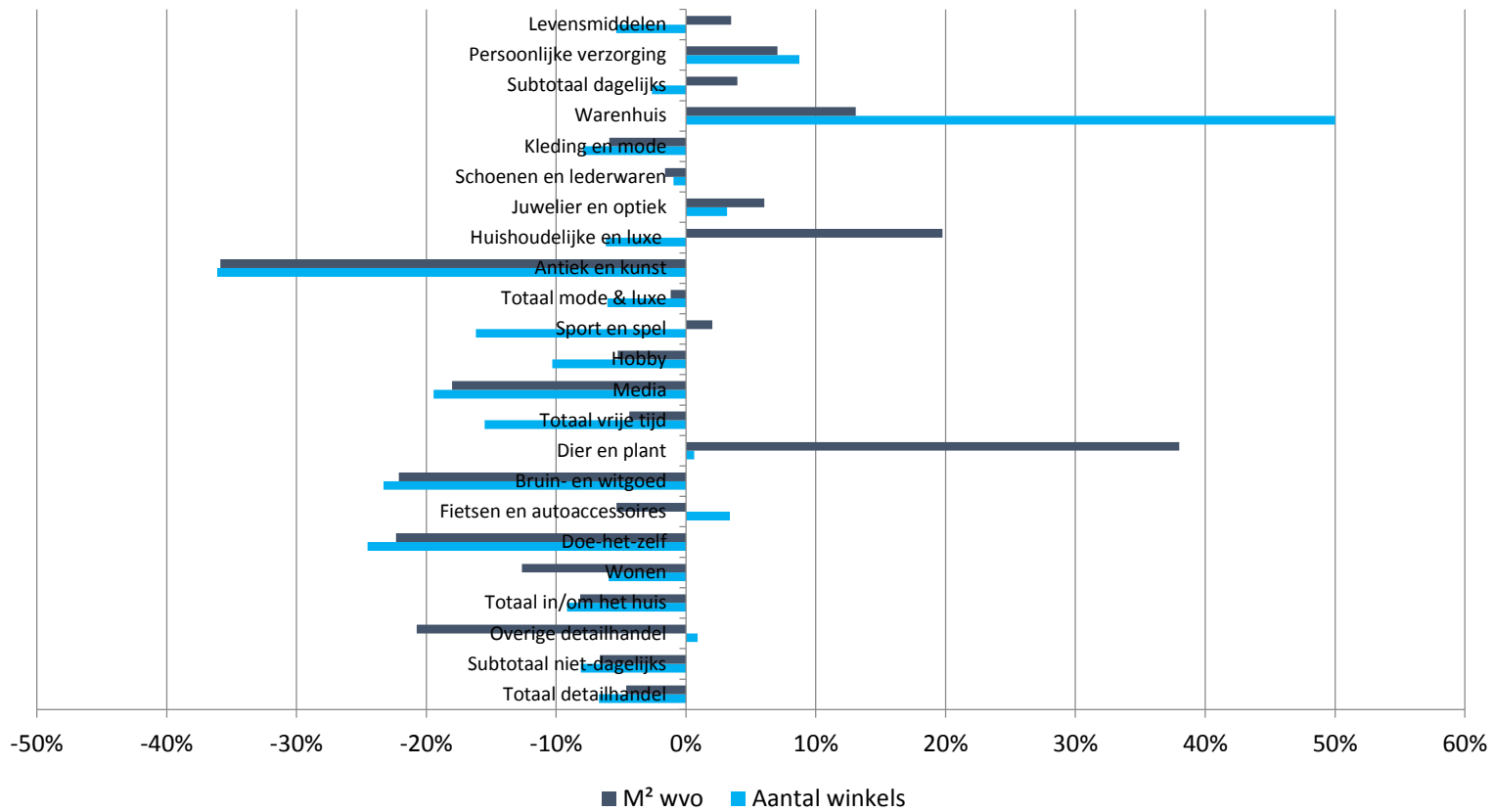


Mutatie aanbod naar hoofdbranche

De figuur op de volgende pagina geeft de mutatie van het aanbod naar hoofdbranche in Hart van Brabant procentueel weer. In de hoofdbranches ‘warenhuis’, ‘juwelier en optiek’, ‘huishoudelijke en luxe artikelen’ en ‘dier en plant’ is er de afgelopen jaren meer verkoopruimte bijgekomen. Deze hoofdbranches laten een stijging zien van tussen de 6 en 38%.

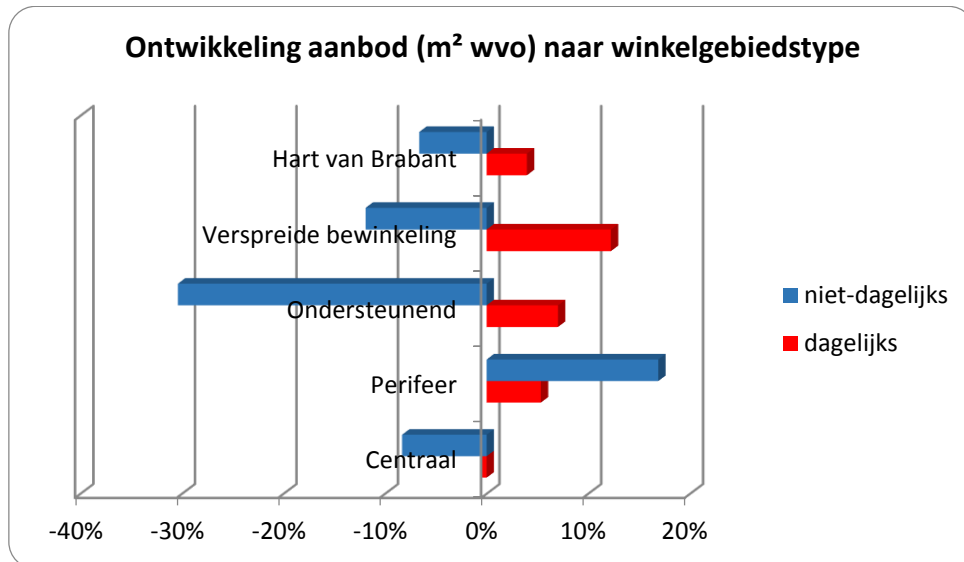
Het aanbod in de niet-dagelijkse sector is in totaal met ruim 37.000 m² afgenomen. In winkelvloeroppervlak is dit voornamelijk toe te schrijven aan de hoofdbranche ‘wonen’. Daarnaast zijn de hoofdbranches ‘kleding en mode’, ‘bruin- en witgoed’ en ‘doe-het-zelf’ ook fors in omvang afgenomen.

Mutatie aanbod (%) naar hoofdbranche regio Hart van Brabant (2013 t.o.v. 2008)



Ontwikkeling winkelaanbod naar gebiedstype

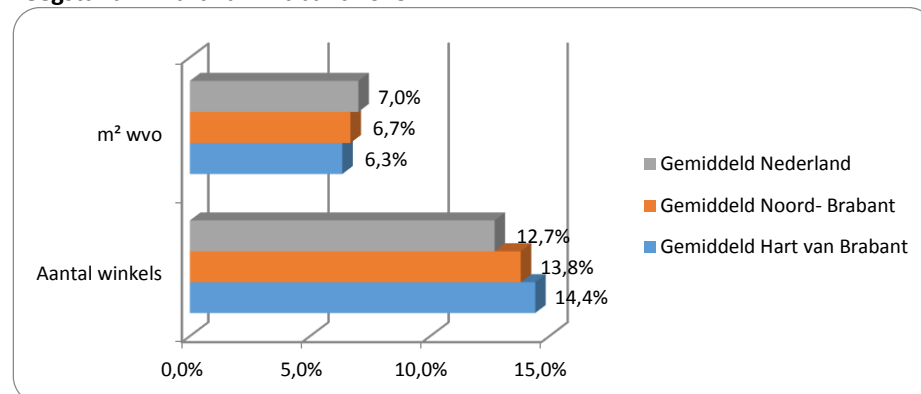
Navolgende grafiek geeft aan dat de dagelijkse artikelensector qua omvang gelijk gebleven is in de centrale winkelgebieden en licht gegroeid is in de overige typen winkelgebieden. De verkoopruimte in de niet-dagelijkse artikelensector is in de meeste winkelgebiedstypen juist aanzienlijk afgenomen, behalve op de perifere locaties. Opvallend is de verhoudingsgewijs sterke afname bij de buurt- en wijkcentra; deze centra worden mogelijk steeds meer centra voor de dagelijkse boodschappen.



Leegstand

De leegstand in de Midden-Brabantse gemeenten ligt in de zomer van 2013 onder het Noord-Brabantse en het Nederlandse gemiddelde, qua m² vvo. In aantal leegstaande panden ligt het leegstandspercentage van Hart van Brabant hoger dan zowel het Noord-Brabants als Nederlands gemiddelde. In Hart van Brabant staan dus relatief veel kleinere panden leeg. Het totale aantal winkels dat leegstaat in Hart van Brabant is 400 en zij vertegenwoordigen samen ca. 67.000 m² vvo.

Leegstand in Hart van Brabant 2013²



² De berekening van het leegstandspercentage voor het winkelvloeroppervlak wordt als volgt gehanteerd. Binnen de 'categorie leegstand' is de verhouding tussen detailhandel en niet-detailhandel ongeveer fiftyfifty (aantal panden). De panden in de detailhandel zijn echter groter dan panden in de niet-detailhandel. Om de leegstandsoppervlakte per groep te berekenen wordt de gemiddelde grootte van de leegstaande panden berekend en als rekenfactor gebruikt. Oppervlakte leegstaande panden: verhouding detailhandel - niet-detailhandel is 2:1.

In de gemeenten Dongen, Gilze en Rijen, Goirle, Hilvarenbeek, Heusden en Oisterwijk ligt het leegstandspercentage boven de 6% (winkelvloeroppervlak). In de meeste van deze gemeenten is het aanbod in verhouding ook sterker afgenomen. Tevens is het leegstandspercentage op pandniveau in de vier eerstgenoemde gemeenten hoger dan 19%. Gemeenten met weinig leegstand zijn Loon op Zand, Waalwijk en Tilburg (minder dan 6%).

Leegstand uitgesplitst

De leegstand is uit te splitsen naar:

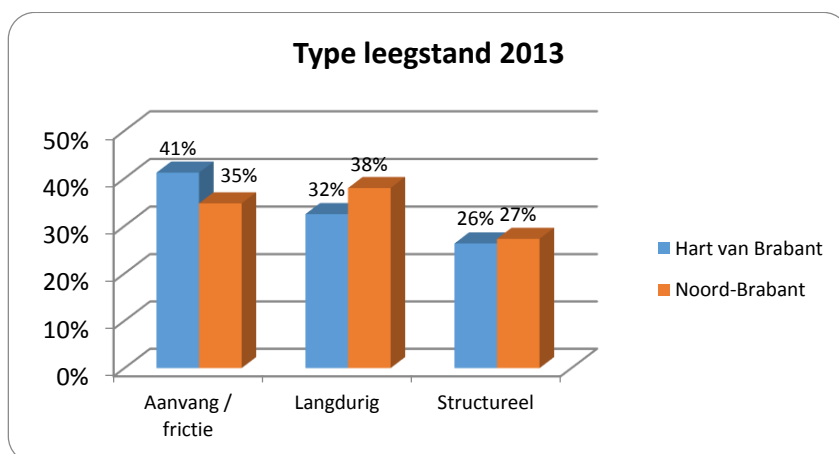
- aanvangs- en frictieleegstand (maximaal één jaar);
- langdurige leegstand (tussen één en drie jaar);
- structurele leegstand (drie of meer achtereenvolgende jaren).

Tabel 3.1: Type leegstand in hart van Brabant en Midden-Brabant 2013

Type leegstand	Hart van Brabant				Noord-Brabant			
	Aantal	Aandeel vkp	M ² wvo	Aandeel m ² wvo	Aantal	Aandeel vkp	M ² wvo	Aandeel m ² wvo
Aanvang / frictie	177	44%	27.681	41%	918	39%	161.219	35%
Langdurig	103	26%	21.831	32%	793	34%	176.141	38%
Structureel	120	30%	17.690	26%	622	27%	126.633	27%
Totale leegstand	400	100%	67.202	100%	2.333	583%	463.993	100%

Landelijk is een tendens waar te nemen dat alle drie de typen leegstand toenemen. De leegstand uitgedrukt in winkelvloeroppervlak in Hart van Brabant is hoofdzakelijk aanvang/frictie leegstand (41%).

Een derde van de leegstaande panden staat tussen de één en drie jaar leeg (langdurige leegstand) en een kwart van de panden staat structureel leeg (zie tabel 3.1). De leegstandssituatie gedifferentieerd naar type leegstand in Hart van Brabant geeft een iets beter beeld dan in de provincie Noord-Brabant. Verhoudingsgewijs is er in Hart van Brabant minder sprake van langdurige en structurele leegstand (uitgedrukt in oppervlak). Dit beeld is ook van toepassing op het aantal panden dat langdurig leeg staat.

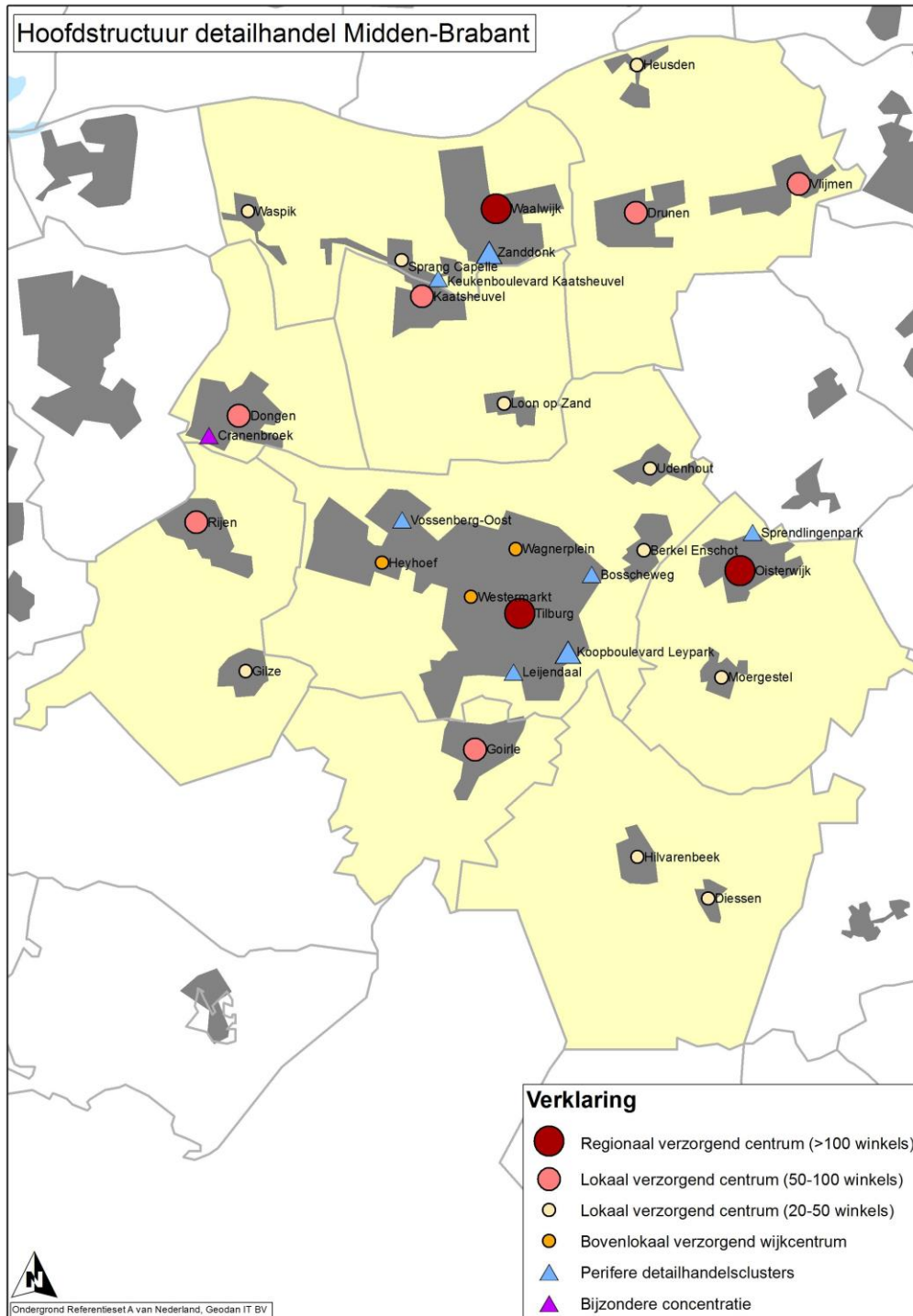


Toename leegstand sinds 2008

Sinds 2008 is het percentage leegstaande panden in Hart van Brabant met 5,6% toegenomen. In winkelvloeroppervlak is de leegstand met 2,4% toegenomen. De leegstand in Hart van Brabant is verhoudingsgewijs sterker

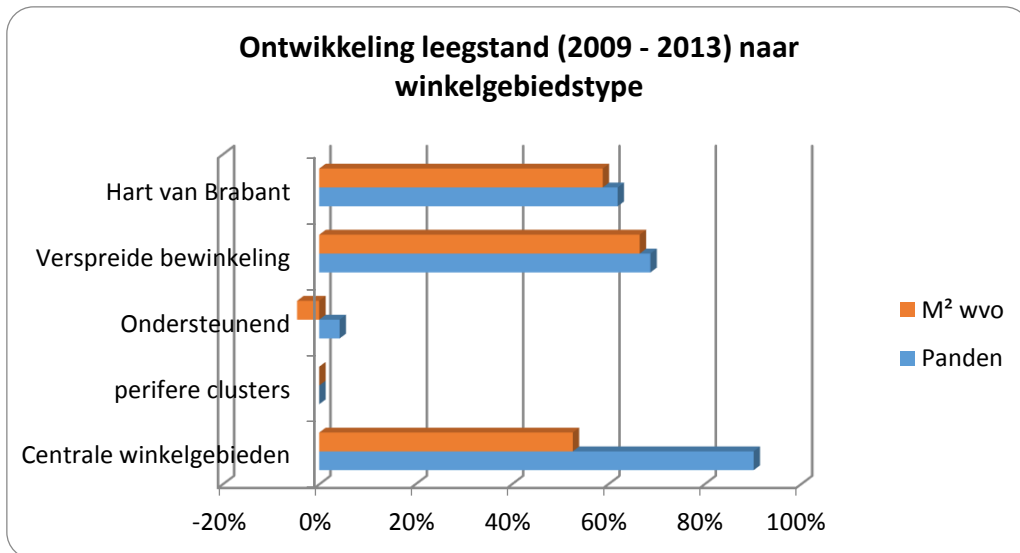
toegenomen dan in de provincie. Provinciaal is er sprake van een toename van 4% (pandniveau) en 1,8% (winkelvloeroppervlak).

Uitgesplitst naar gemeente is de leegstand winkelvloeroppervlak in de gemeenten Dongen, Gilze en Rijen, Goirle, Hilvarenbeek en Oisterwijk relatief gezien het sterkst toegenomen. Enkel in de gemeenten Loon op Zand en Waalwijk is ten opzichte van 2008 sprake van minder leegstand.



Ontwikkeling leegstand naar gebiedstype

Uit onderstaande grafiek komt naar voren dat de leegstand met name onder de verspreide bewinkeling en in de centrale winkelgebieden is toegenomen. Op buurt- en wijkniveau en op de perifere clusters is de leegstand niet of nauwelijks toegenomen. Bij de hoofdwinkelgebieden is de toename van het aantal lege panden groter dan de toename van de lege winkelruimte. Het zijn dus met name kleinere winkelpanden die leeg zijn komen te staan.



3.2.2 De ruimtelijke winkelstructuur

De structuur van centrale winkelgebieden

De hiërarchie van winkelcentra in Hart van Brabant is op bijgevoegde kaart op hoofdlijnen weergegeven. Niet vermeld zijn de buurt en wijkcentra van de grote steden, omdat zij vooral of uitsluitend een lokale functie hebben. Voor het aangeven van de structuur van centrale winkelgebieden is aansluiting gezocht bij de indeling zoals gebruikt door Locatus3. Hierbij is het aantal aanwezige winkels bepalend. Bovendien zijn alleen de centrale winkelgebieden van plaatsen met 5.000 inwoners of meer benoemd.

3 Locatus is leverancier van gegevens over winkelvestigingen en overige verkooppunten.

Tabel 3.2: Structuur van winkelcentra in Hart van Brabant

Verzorgingsfunctie	Naam centrum/ winkelgebied	M ² wvo dagelijks	M ² wvo niet-dage- lijks	Totaal m ² wvo
Regionaal-verzorgend centrum (100-400 winkels)	Tilburg	7.036	70.598	77.634
	Oisterwijk	4.980	12.965	17.945
	Waalwijk	5.135	27.135	32.270
Lokaal-verzorgend centrum (50-100 winkels)	Dongen	5.550	10.342	15.892
	Drunen	4.930	7.163	12.093
	Goirle	4.988	7.090	12.078
	Kaatsheuvel	5.855	11.230	17.085
	Rijen	5.680	4.624	10.304
	Vlijmen	3.551	5.173	8.724
Lokaal-verzorgend centrum klein (5-50 winkels)	Berkel Enschoot	2.139	1.571	3.710
	Diessen	1.468	1.432	2.900
	Gilze	2.510	2.912	5.422
	Heusden	311	1.464	1.775
	Hilvarenbeek	2.366	4.405	6.771
	Loon op Zand	1.417	815	2.232
	Moergestel	1.850	2.689	4.539
	Sprang Capelle	1.264	448	1.712
	Udenhout	1.874	4.036	5.910
	Waspik	1.607	1.888	3.495
Overig centrale winkelgebieden		925	372	242.491
Totaal centrale winkelgebieden		65.436	178.352	243.788
Totaal perifere clusters		887	143.602	144.489
Bovenlokaal verzorgend wijkcentrum	Heyhoef	3.405	3.120	6.525
	Wagnerplein	4.526	2.495	7.021
	Westermarkt	4.696	7.939	12.635
Totaal ondersteunend		41.172	34.424	75.596
Verspreide bewinkeling		18.571	153.054	171.625
Totaal Hart van Brabant		138.693	522.986	661.679

Binnen de genoemde lokaal-verzorgende centra ligt het accent overwegend op boodschappen doen en/of doelgericht laagfrequent winkelen. In een enkele plaats, zoals Goirle zijn ook wat meer op recreatief winkelen gerichte winkels. Enkele van de genoemde kleine kernen hebben een diffuse winkelstructuur, waarbij het belangrijkste kernverzorgende winkelaanbod, in concreto de supermarkten, grotendeels buiten het centrale winkelgebied ligt. Een voorbeeld hiervan is Drunen.

Bijna de helft van het dagelijks aanbod in Hart van Brabant is gelegen in de winkelcentra zoals benoemd in voorgaande tabel. Ruim 39% van het dagelijks aanbod is vertegenwoordigd in de ondersteunende winkelgebieden. Niet-dagelijks aanbod is veel minder sterk gecentreerd. Van het niet-dagelijks aanbod is slechts 34% gelegen in de winkelcentra. Een derde van het aanbod behoort tot de verspreide bewinkeling.

Kenmerkend voor Hart van Brabant is de relatief korte afstand tussen de grootste winkelcentra (zowel de hoofd-winkelcentra van de drie grootste kernen als de perifere winkellocaties in deze plaatsen). Omdat de grootste

winkelgebieden ook de stedelijke driehoek van het gebied vormen, hebben vrijwel alle inwoners van Hart van Brabant binnen de regio de beschikking over veel keuzemogelijkheden op relatief korte afstand.

Perifere en bijzondere winkelcentra

De belangrijkste perifere winkelgebieden zijn in navolgende tabel weergegeven. Het winkelaanbod in deze centra is gericht op het thema 'in en om het huis'. Enkel op de Bosscheweg in Tilburg is dagelijks aanbod gevestigd in de vorm van een Lidl supermarkt. De overige centra kennen geen dagelijks artikelenaanbod (wel ondersteunende horeca). In Dongen is de bijzondere concentratie Van Cranenbroek gevestigd. Deze solitair gelegen winkel heeft een omvang van ruim 7.000 m² in de hoofdbranche 'plant & dier'.

Tabel 3.3: Perifere en bijzonder winkelcentra in Hart van Brabant

Kern	Naam concentratie	Aantal winkels	M ² wvo niet-dagelijks
Tilburg	Bosscheweg	5	5.383
	Koopboulevard Leypark	14	18.911
	Leijendaal	6	5.423
	Vossenber-Oost	15	27.219
Oisterwijk	Sprendlingenpark	5	8.200
Waalwijk	Zanddonk	20	57.644
Dongen	Van Cranenbroek	1	7.088
Kaatsheuvel	Keukenboulevard Kaatsheuvel	21	13.734
Totaal		87	143.602

Locatus benoemt de Keukenboulevard in Kaatsheuvel niet als perifere cluster, maar rekent de winkels tot de verspreide bewinkeling. De Keukenboulevard betreft de bewinkeling op bedrijventerrein De Kets. De winkels zijn volledig geconcentreerd op het zuidoostelijk deel van het bedrijventerrein. In totaal zijn hier 21 winkels aanwezig met 13.734 m² wvo. De keuken- en badkamerbranche is hier binnen zeer sterk aanwezig (8 winkels en 7.932 m² wvo)⁴. Gezien de omvang, het bijzondere karakter en de bekendheid wordt de keukenboulevard in onderhavige rapportage wel tot de perifere winkelclusters gerekend.

Opvallend is het versnipperde perifere aanbod in Tilburg. In tegenstelling tot andere grote steden in de provincie Noord-Brabant kent Tilburg geen woonboulevard met een bovenregionale trekkracht.

De woonboulevard Zanddonk in Waalwijk daarentegen heeft wel een bovenregionale functie. Na de woonboulevards in Breda en Eindhoven (Ekkersrijt) beschikt de woonboulevard in Waalwijk over het grootste aanbod aan woonwinkels in de omgeving. Deze woonboulevard wordt gekenmerkt door een branchering die bijna volledig binnen de branche wonen valt. Piet Klerkx (meubelwereld, keukenwereld en slaapwereld) is samen met Woonexpress de krachtigste speler op deze woonboulevard. De winkels zijn slechts beperkt geclusterd, het geheel vormt geen eenheid. De winkels zijn veelal naar binnen gekeerd en de gevels zijn gedateerd, waardoor de woonboulevard geen moderne, eigentijdse uitstraling heeft. De concurrentie met de woonboulevards in Eindhoven en 's-Hertogenbosch zal nog gaan toenemen omdat hier sprake is of gaat worden van brancheverbreiding (met bruin- en witgoed of electro).

De overige genoemde perifere centra hebben veel meer een lokale en beperkt regionale functie.

4 Nota bene: cijfers zijn gebaseerd op Locatus met peildatum juli 2013, de laatst verrichte metingen dateren van juli 2010. In augustus 2013 heeft Locatus de Keukenboulevard Waalwijk sinds een periode van drie jaar opnieuw gemeten. Uit deze nieuwe cijfers blijkt dat de Keukenboulevard in omvang is toegenomen tot 16.123 m² verdeeld over 26 winkels. De keuken- en badkamerbranche is met 13 winkels en 10.958 m² wvo vertegenwoordigd.

Buurt- en wijkcentra

De grotere plaatsen in de regio beschikken ook over een of meerdere buurt- en/of wijkcentra met vrijwel uitsluitend een functie hebben voor de inwoners van het omringende woongebied. Deze centra zijn overwegend sterk gericht op het boodschappen doen (nadruk op dagelijkse artikelaanbod) en een of meerdere supermarkten vormen de kern van centrum. Daar waar deze centra een voldoende groot consumentendraagvlak in de directe omgeving hebben en er (modern) supermarktaanbod aanwezig is, functioneren ze gewoonlijk redelijk tot goed en is het perspectief ook goed. De allerkleinste centra hebben het vaak moeilijk. De aanwezige supermarkt kan ter plekke soms niet uitbreiden/moderniseren en als deze zaak vertrekt, ontwinkelt het centrum vaak snel.

Binnen Tilburg zijn enkele ondersteunende winkelgebieden die een dusdanige omvang hebben dat hun verzorgende functie de omringende wijk of stadsdeel overstijgt. Het gaat met name om Heijhoef, Westermarkt en Wagnerplein; zij trekken ook consumenten van verder weg, ook van buiten Tilburg.

3.3 De (boven)regionale trekkracht van het winkelaanbod

Hart van Brabant beschikt over een winkelaanbod dat weliswaar niet bijzonder omvangrijk is, maar wel redelijk gevarieerd. Omdat vrijwel alle aanwezige kernen beschikken over een of meerdere supermarkten (en andere dagelijkse artikelenwinkels), en er in de grotere plaatsen ook buurt- en wijkcentra zijn, kunnen vrijwel alle inwoners op korte afstand hun dagelijkse boodschappen doen. Omdat afgezien van de grote plaatsen, ook veel ander kernen over aanvullend niet-dagelijks aanbod beschikken, vaak ook redelijk compleet, kan gesteld worden dat de consumentenverzorging ook op dat punt goed op orde is. Voor een meer uitgebreide keuze of recreatief winkelen kan men bovendien in Tilburg en Waalwijk terecht of in een van de omringende grote steden.

Binnen de regio zijn ook enkele winkelgebieden en individuele winkels aanwezig die door hun omvang of specifieke karakter relatief veel bezoekers uit de gehele regio en van buiten de regio trekken. Het gaat met name om:

- Centrum Tilburg (meerdere grootschalige winkels, modisch aanbod);
- Centrum Waalwijk (van Dijk Mode);
- Centrum Oisterwijk (hoogwaardig aanbod);
- Woonboulevard Zanddonk Waalwijk;
- Keukenboulevard Kaatsheuvel;
- Van Cranenbroek Dongen.

Opvallend is de beperkte aanwezigheid van winkelgebieden met een bijzondere ambiance en een zeer aantrekkelijk winkelklimaat. Het gaat eigenlijk alleen om Oisterwijk en Heusden, maar laatstgenoemde plaats kent slecht een zeer beperkt winkelaanbod. Juist dit soort bijzondere winkelgebieden is interessant voor toeristen.

Geconcludeerd moet worden dat de bovenregionale trekkracht van het winkelaanbod in Hart van Brabant tamelijk beperkt is. Hierbij speelt mee dat het aanbod in totaliteit weinig onderscheidend is ten opzichte van het aanbod in de omgeving van de regio.

3.4 Conclusies

- In vergelijking met de gemiddelden voor Noord-Brabant en Nederland als geheel zijn er in Hart van Brabant weinig winkels aanwezig en is de totale winkeloppervlakte gering. Dit geldt ook voor vrijwel alle branches afzonderlijk. Het relatief beperkte aanbod in de grootste gemeente Tilburg vormt een belangrijke verklaring.

- Sinds 2008/2009 is het winkelaanbod qua winkelruimte en aantal winkels ca. 5% afgenomen. Het betreft met name de branches wonen, kleding en mode, bruin- en witgoed en doe-het-zelf.
- Binnen de dagelijkse artikelensector is er sprake van een bescheiden toename van de winkelruimte in de buurt- en wijkcentra, op de perifere locaties en bij de verspreide bewinkeling. In de centrale winkelcentra is de omvang van het aanbod in deze sector gelijk gebleven. De niet-dagelijkse sector is in deze centra iets afgenomen. Ook de winkelruimte aan niet dagelijkse artikelen in de buurt- en wijkcentra is afgenomen, evenals op verspreide locaties. Bij de perifere winkellocaties is in deze sector de laatste jaren sprake van een aanzienlijke groei (+ 25%).
- De gemiddelde omvang van de winkels is in deze periode conform het landelijke beeld wel toegenomen.
- Ook de leegstand is in deze periode toegenomen, naar winkeloppervlakte maar vooral naar aantal panden. Het beeld is nu redelijk vergelijkbaar met de provinciale en landelijke situatie. Wel is het % lege panden wat hoger en het % winkelverkoopoppervlakte wat lager. Ook is de langdurige en structurele leegstand wat lager. De gemeenten met verhoudingsgewijs de meeste leegstand zijn Dongen, Gilze en Rijen, Goirle, Hilvarenbeek en Oisterwijk.
- De leegstand is met name toegenomen onder de verspreide winkels en in de centrale winkelgebieden, en niet of nauwelijks op de perifere winkellocatie en in de buurt- en wijkcentra.
- In de regio is een redelijk dicht netwerk van lokaal- en buurt/wijkverzorgende winkelcentra aanwezig, waardoor vrijwel alle inwoners op relatief korte afstand over basisvoorzieningen in de vorm van boodschappenaanbod beschikken, en vaak ook over een meer uitgebreid basisaanbod aan niet-dagelijkse artikelen.
- In de regio zijn weinig winkelgebieden met een bijzonder winkelklimaat aanwezig, en de bijdrage van de detailhandel aan de toeristisch-recreatieve uitstraling van Hart van Brabant is daarmee tamelijk beperkt. De bovenregionale aantrekkingskracht van de beide grootste hoofdwinkelgebieden (centra Tilburg en Waalwijk) is relatief gering. De Waalwijkse woonboulevard trekt weliswaar nog steeds consumenten van buiten de regio, maar het verzorgingsbereik is wel aanzienlijk minder geworden dan voorheen. In hoeverre dat ook geldt voor de keukenboulevard in Kaatsheuvel is moeilijk te zeggen. Het Tilburgse perifere detailhandelsaanbod heeft met name een lokale en regionale functie.

4. REGIONALE ONTWIKKELINGEN EN LEISURE

Dit hoofdstuk gaat in op verschillende ontwikkelingen in Hart van Brabant die voor het perspectief van de regionale detailhandelsstructuur en de positionering van de afzonderlijke winkelgebieden daar binnen van belang zijn. Het gaat hierbij om de bevolkingsontwikkeling en de plannen en initiatieven voor (nieuwe) winkelontwikkelingen in de regio. Tevens wordt aandacht geschonken aan aanwezige leisure-voorzieningen en de ontwikkelingen op dit gebied. De hieruit voorkomende kansen en bedreigingen voor de detailhandel in Hart van Brabant worden samen met de resultaten van de beschouwingen over de meer algemene trends en ontwikkelingen uit Hoofdstuk 2 in het volgende hoofdstuk benoemd.

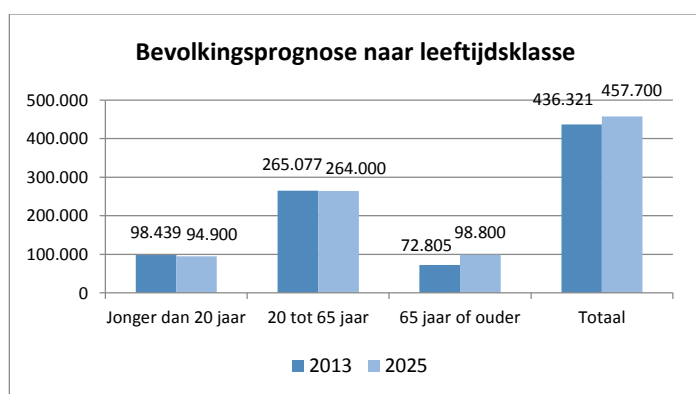
4.1 Regionale ontwikkelingen in vraag en aanbod

4.1.1 Vraag Hart van Brabant

Bevolkingssamenstelling en ontwikkeling

Het aantal inwoners in Hart van Brabant bedraagt volgens de CBS gegevens 436.321. Gecorrigeerd voor de aangeleverde gegevens van de regiogemeenten bedraagt het huidige inwonertal van Hart van Brabant 435.965. Deze cijfers zijn gebaseerd op zowel CBS gegevens (2013) als gemeentelijke gegevens. In deze rapportage wordt voor de regio Hart van Brabant van de cijfers uitgegaan die de regiogemeenten zelf hanteren. In de bijlage is een overzicht te vinden van de bevolkingscijfers per gemeente.

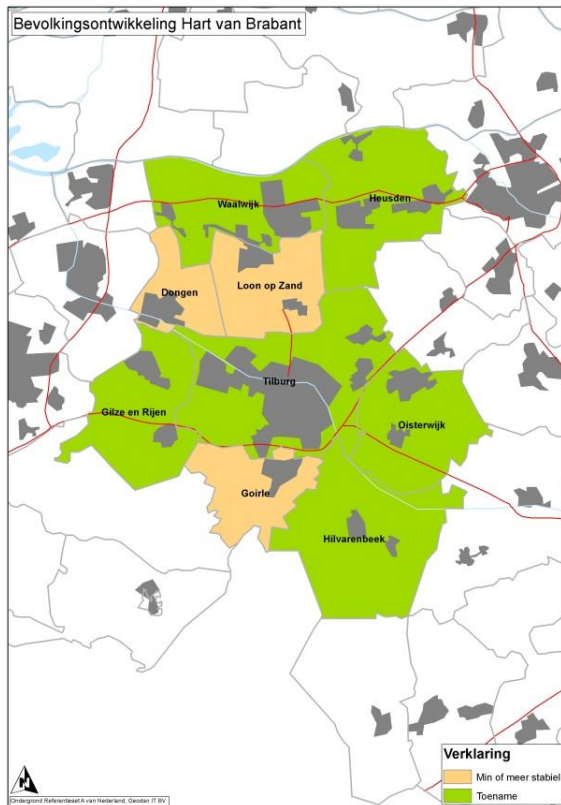
Het CBS prognosticeert voor Hart van Brabant in 2025 een bevolkingsgroei van 5%. Het totaal aantal inwoners zal dat jaar naar verwachting 457.700 bedragen. Gecorrigeerd voor de gegevens van de regiogemeenten resteert een inwonertal van 455.060, ofwel een groei van 4,3%⁵. In navolgende figuur is te zien dat de landelijke trend van ontgroening en vergrijzing zich ook in Hart van Brabant voor zal gaan doen. De leeftijdsklasse jonger dan 20 jaar zal tot 2025 met 4% afnemen en de groep 65 plussers zal met 36% toenemen. In de leeftijdsgroep 20 tot 64 jarigen wordt een stabilisatie verwacht.



In de gemeenten Loon op Zand, Hilvarenbeek en Goirle zal het inwonertal min of meer stabiel blijven. Overige gemeenten kennen allen een groei van tussen 1,5 en 7,9 procent. In geen enkele gemeente wordt krimp verwacht. Het inwonertal in de gemeenten Heusden en Gilze en Rijen zal verhoudingsgewijs het meest toenemen.

5 De regiogemeenten hebben zich gebaseerd op de CBS prognose of de bevolkings- en woningbouwbehoefteprognose, provincie Noord-Brabant, 2011 of cijfers van bureau Pronexus

Bijgevoegde kaart geeft een beeld van de bevolkingsontwikkeling per gemeente op basis van de prognoses die de regiogemeenten hanteren.



4.1.2 Aanbod Hart van Brabant

Plannen en initiatieven aanbod

Op basis van publicaties in de media en opgaven van de regiogemeenten is een indruk verkregen van de nieuwe winkelprojecten in Hart van Brabant. In sommige gevallen is nog niet duidelijk wat de onderverdeling is van de nieuwe commerciële ruimte naar dagelijkse artikelen, niet-dagelijkse artikelen en overige voorzieningen. In dergelijke gevallen zijn aannames gedaan.

Een globale inschatting van de plannen levert de volgende toename van verkoopruimte op:

- Dagelijkse artikelen: ca. 4.400 – 16.000 m² bvo
- Niet-dag. artikelen: ca. 50.000 – 122.000 m² bvo

Hierbij gaat het bij het eerste cijfer om de door de gemeenten of door BRO als hard ingeschatte plannen (voor zover de oppervlakte bekend is) en bij het tweede cijfer om de harde en zachte plannen samen. Uiteraard zullen enkele nog niet opgenomen zachte plannen eens meer concreet worden, maar daar staat tegenover dat er enkele opgenomen harde plannen misschien niet doorgaan.

Het overgrote deel van de beoogde nieuwe verkoopruimte (ca. 49.000 m² wvo) in de niet-dagelijkse sector heeft betrekking op al of niet thematische ontwikkelingen op perifere locaties. In de gemeente Tilburg bestaan veruit de meeste plannen voor uitbreiding van het winkelaanbod (dagelijks ca. 11.750 m² bvo, niet-dagelijks ca. 87.000 m² bvo). De belangrijkste projecten zijn:

- Centrumuitbreiding (Stadhuisplein en Koningsplein);
- Zwaluwenbunders;
- Groene Kamer;
- AaBe-complex;
- XL-Stappegoor;
- Spoorzone;
- Willemskwartier.

Het centrum van Tilburg wordt verder versterkt en het detailhandelsaanbod wordt sterk uitgebreid. Daarnaast wordt de circuitvorming versterkt. Ook zijn er plannen voor restauratie van het AaBé Complex. Het project wordt 37.000 m² groot met een retailcenter op het gebied van wonen en wijkwinkelcentrum. In het buitengebied van Tilburg zijn plannen voor realisatie van Landgoed De Groene Kamer; een duurzame belevingswereld waar recreatie, retail, horeca en educatie samen komen.

Naast Tilburg hebben drie andere gemeenten plannen voor grootschalige (winkel)projecten:

- In Dongen gaat Van Cranenbroek haar pand met ruim 11.000 m² bvo uitbreiden. Het distributiecentrum krijgt ruim 8.000 m² bvo erbij.
- In Kaatsheuvel (gemeente Loon op Zand) zijn plannen voor een regionaal functionerende leisure voorziening. Primair gaat het om aanboren van nieuwe doelgroepen door toevoeging van verblijfsaccommodaties, retail, horeca en entertainment. De omvang staat nog niet vast. Deze voorzieningen zullen complementair zijn aan het bestaande aanbod. Ook wordt er gedacht aan een clustering van alle supermarkten, hetgeen gepaard zal gaan met een bescheiden uitbreiding van de verkoopruimte.
- In Waalwijk staat een vernieuwing in de vorm van een moderniseringsslag van de woonboulevard Zanddonk op het programma. Dit gaat gepaard met een zeer beperkte uitbreiding.
- Daarnaast is sprake van plannen voor de realisatie op een locatie tussen de A59 en het centrum van het 'Leerpunt Waalwijk'; een schoenen- en ledercentrum voor consumenten met educatieve en cultuurhistorische 'belevingsruimte'. De beoogde ontwikkelaar (MAB) is recent afgehaakt, maar daarmee is het project nog niet van de baan: er wordt gezocht naar alternatieven.

Ook bestaan in veel plaatsen plannen om te komen tot een versterking van het hoofdwinkelapparaat, evenals voor een versterking van meerdere buurt- en wijkcentra.

4.2 Leisure in Midden-Brabant

Veelzijdig aanbod

De toeristische aantrekkingskracht van Midden-Brabant is vooral gebaseerd op de fraaie natuur, de Efteling, de Beekse Bergen en het culturele aanbod in Tilburg. De regio heeft een verhoudingsgewijs lange geschiedenis als toeristenbestemming: Oisterwijk heeft één van de oudste VVV kantoren in Nederland en de Efteling bestaat al sinds 1950. Met name de combinatie van intensieve én extensieve recreatie onderscheidt het gebied ten opzichte van andere gebieden in Nederland. Daarnaast leveren natuurlijk ook andere sectoren een bijdrage aan het regionale toeristische product.

Elementen van toerisme



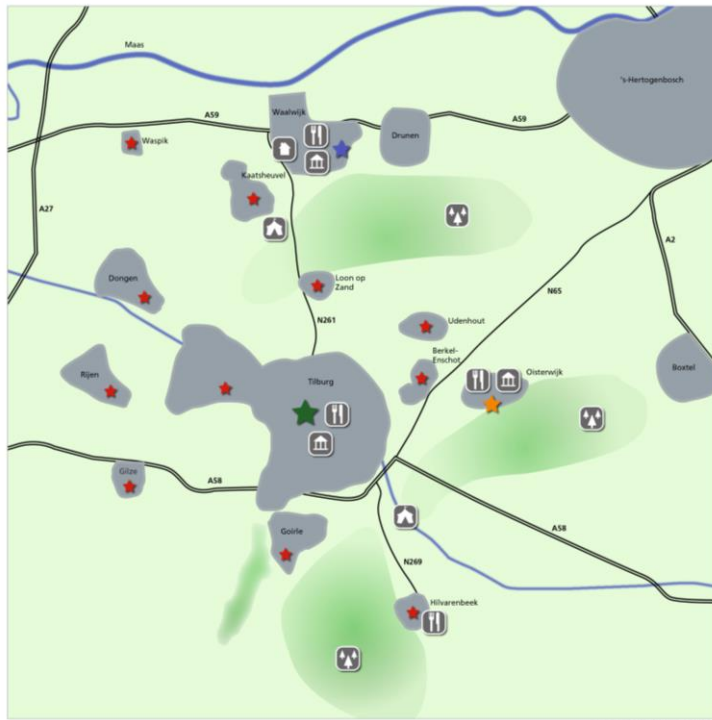
Globale betekenis productdragers Toerisme en Recreatie in Midden-Brabant en per gemeente

	Retail	Horeca	Cultuur	Vermaak	Sport	Groen	Evenementen	Overnachten
Midden-Brabant	●●	●	●	●●●	●●	●●●	●●	●●
Dongen	●	●	●	●	●	●●	●	●
Gilze en Rijen	●	●	●	●	●	●●	●	●●●
Goirle	●	●	●	●	●	●●●	●	●
Heusden	●	●●	●●	●	●	●●	●	●
Hilvarenbeek	●	●●●	●	●●●	●	●●●	●●	●●●
Loon op Zand	●	●●	●	●●●	●	●●●	●	●●●
Oisterwijk	●●	●●●	●●	●●	●	●●●	●●	●●●
Tilburg	●●	●●	●●	●●●	●●	●	●●	●●
Waalwijk	●●	●	●●	●●	●●	●●	●	●●

Legenda aanwezigheid (relatief tot inwonertal): ● matig, redelijk ●● redelijk, veel ●●● zeer veel

Elke gemeente haar eigen accent

Elke gemeente in Midden-Brabant heeft haar eigen toeristisch-recreatieve accent, zo blijkt uit bovenstaande vergelijking. Hilvarenbeek, Loon op Zand en Oisterwijk hebben de meest uitgesproken toeristische functie in de regio. Het toerisme heeft met name in deze gemeenten een belangrijke bovenregionale functie, zowel in dagrecreatie als verblijfsrecreatie. Het toerisme levert hier veel extra inkomsten en werkgelegenheid op.



Hoofdstructuur retail en leisure Midden-Brabant

Retail

- Hoofdwinkelcentrum – groot
- Hoofdwinkelcentrum - middelgroot
- Hoofdwinkelcentrum – primair lokaal verzorgend
- Hoofdwinkelcentrum – bijzondere accenten (kwaliteit, branchering, uitstraling)
- Woonboulevard

Leisure

- Belangrijke horeca accenten
- Belangrijke culturele accenten
- Grotere natuurgebieden, landschappen
- Attractiepark

Hoofdstructuur retail en leisure Midden-Brabant

Retail

- Hoofdwinkelcentrum – groot
- Hoofdwinkelcentrum - middelgroot
- Hoofdwinkelcentrum – primair lokaal verzorgend
- Hoofdwinkelcentrum – bijzondere accenten (kwaliteit, branchering, uitstraling)
- Woonboulevard

Leisure

- Belangrijke horeca accenten
- Belangrijke culturele accenten
- Grotere natuurgebieden, landschappen
- Attractiepark

Hart van Brabant heeft een behoorlijk overtuigende en veelzijdige toeristische functie, zeker in relatie tot het inwonertal. Wel zijn er duidelijke verschillen tussen de gemeenten. Ruwweg kunnen vooral Heusden, Hilvarenbeek, Loon op Zand en Oisterwijk als toeristisch worden omschreven, elk met hun eigen bijzondere kenmerken. Tilburg staat vooral bekend om haar culturele aanbod, waaronder het Textielmuseum, Museum de Pont en de Schouwburg.

Ambitie: Midden-Brabant als Leisure Topregio

De regio Hart van Brabant wil zich ontwikkelen tot Topregio op het gebied van leisure (project Leisure Boulevard). Dat geldt zowel voor leisure als activiteit als voor de brede keten die zich ontwikkelt om de activiteit mogelijk te maken. Leisure-ondernemers die zich hier komen vestigen c.q. hun bestaande onderneming uitbreiden, doen dat omdat ze in Hart van Brabant een unieke combinatie vinden van hoogwaardige bedrijvigheid, excellente kennis, culturele en sportieve voorhoede, creatieve hotspots en grote attracties en manifestaties. Daar komt bij dat Hart van Brabant een aantrekkelijke leefomgeving biedt voor hun werknemers. Door het profileren en verbeteren van de kwaliteit van de regio Midden-Brabant als vestigingsplaats neemt de leisure bedrijvigheid in het gebied toe en dit resulteert op zijn beurt weer in economische groei en verdere ontwikkeling van het gebied.

Deze ontwikkeling moet leiden tot een groei van het aantal dagrecreatieve bezoekers. De jaarrond openstelling van onder andere de Efteling en de Beekse Bergen maakt het mogelijk deze groei te realiseren op alternatieve bezoekmomenten zodat extra mobiliteitsdruk voorkomen kan worden. Bovendien wordt door de regio ingezet op de transformatie van de dagrecreatieve bezoeker naar een verblijfs gast voor meerdere dagen. Midden-Brabant moet als Leisure regio groeien tot de topbestemming voor korte vakanties.

Belangrijkste dragers: stand van zaken & investeringen

Als het gaat om beleving van vrije tijd heeft de regio Hart van Brabant al een aantal belangrijke componenten in huis. Grootschalige, intensieve recreatie zoals de Efteling en de Beekse Bergen, rustige natuurgebieden zoals de Loonse en Drunense Duinen, water, stedelijke cultuur, creatieve bedrijvigheid, muziek, theaters, musea, sportvoorzieningen en een uitgebreid winkelaanbod. Maar om die bezoekersgroei te realiseren is er kwantitatieve en kwalitatieve groei van onderscheidend vrijetijdsaanbod nodig. Vrijetijdsaanbod dat andere piekmomenten kent dan het huidige aanbod en vrijetijdsaanbod dat voldoende diversiteit kent om één of meerdere dagjes uit te vullen tijdens een verblijf in de regio Hart van Brabant. De sector heeft in de regio al voor een kwart miljard euro aan investeringen voor de komende jaren op de planning staan, zoals de cultuurinvestering in de Spoorzone Tilburg, Safari Resort Beekse Bergen, Efteling Hartenhof, uitbreiding van Bosrijk en een grote retail investering in de Woonboulevard Waalwijk.

Leisure en winkels

In het kader van het project Leisure Boulevard is eerder (2011) een onderzoek gedaan naar de toeristische meerwaarde van zondagopenstelling van winkels in de regio. De achtergrond hiervan is dat winkelen door het laagdrempelige karakter een belangrijke vrije tijdsactiviteit is die bovendien 'winterhard' is. Een goed winkelaanbod en een verruiming van de mogelijkheden tot winkelen op zondag kunnen een impuls geven aan de beoogde seizoensverbreding in Midden Brabant. Geadviseerd is op regionaal niveau afstemming te laten plaatsvinden over het aantal koopzondagen per winkelgebied en de data daarvoor.

5. HET PERSPECTIEF VOOR DE REGIONALE DETAILHANDELSTRUCTUUR VAN HART VAN BRABANT

5.1 Sterke en zwakke punten, kansen en bedreigingen

In navolgende overzichten zijn de belangrijkste kwaliteiten en knelpunten van de winkelstructuur in Hart van Brabant aangegeven, evenals de voornaamste kansen en bedreigingen naar de toekomst toe.

Sterk	Zwak
<ul style="list-style-type: none">• Aanwezigheid enkele hoofdwinkelcentra met regionale trekkracht• Grotendeels hiërarchisch opgebouwde structuur (meerdere typen winkelconcentraties geografisch verspreid)• Bovenregionale trekkracht woonboulevard Waalwijk en enkele andere centra en individuele winkels• Sterk dagelijks aanbod (modernisering supermarkten)• Aanwezigheid relatief veel kernen met redelijk uitgebreid vooral lokaalverzorgd winkelaanbod• Sterk leisure aanbod in de regio• Relatief beperkte leegstand gemeten naar winkelruimte, beperkte langdurige/structurele leegstand	<ul style="list-style-type: none">• Beperkt detailhandelsaanbod qua omvang (met name Tilburg in verhouding)• Ontbreken van sterk bovenregionaal verzorgende centra• Beperkt op recreatief winkelen gericht winkelaanbod• Afname winkelaanbod (-5% ten opzichte van 2008) in tegenstelling tot provinciale groei (+2%)• Met name afname aanbod in de sector niet-dagelijkse artikelen (vooral 'kleding en mode', 'bruin- en witgoed' en 'doe-het-zelf.')• Toename leegstand, met name naar aantal panden.• Gemeenten Dongen, Gilze en Rijen, Goirle, Hilvarenbeek en Oisterwijk relatief mindere ontwikkeling t.o.v. andere gemeenten op gebied van leegstand en krimp aanbod• Niet-dagelijks aanbod in beperkte mate geconcentreerd in bestaande winkelgebieden (veel verspreide bewinkeling)• Uitstraling regionale PDV-locaties• Versnipperde aanwezigheid perifeer aanbod Tilburg

Kans	Bedreiging
<ul style="list-style-type: none"> • Bevolkingsgroei totale regio • Bevolkingsgroei Tilburg • Geen enkele gemeente kent een bevolkingsafname • Verandering bevolkingssamenstelling, onder meer vergrijzing: ouderen kopen relatief veel lokaal en hechten vaak aan kwaliteit en service • Ligging tussen grote bevolkingsconcentraties (groot consumentenpotentieel aanwezig) • Plannen voor versterking van het aanbod met name in Tilburg en Waalwijk + Kaatsheuvel • Schaalvergroting (motor dynamiek) • Het Nieuwe Winkelen • Bestuurlijke inzet op leisureboulevard • Inwoners uit België (Poppel e.o.) zowel dagelijks (Goirle) als recreatief (Tilburg). Met name de Nederlanders die woonachtig zijn in België. 	<ul style="list-style-type: none"> • Verandering bevolkingssamenstelling, onder meer vergrijzing: ouderen besteden relatief weinig in winkels • Beperkte onderlinge afstemming regiogemeenten • Veranderend consumentengedrag met name op niet-dagelijkse artikelen: middelgrote winkelcentra minder in trek (minder beleving t.o.v. binnensteden) en minder snelheid en gemak t.o.v. kleinere winkelcentra • Mogelijk toename concurrentie vanuit woonboulevards omliggende regio's (vanwege brancheverbreiding) • Mogelijk toenemende concurrentie door versterking hoofdwinkelcentra omringende grote steden • Schaalvergroting (druk op perifere vestiging, verdringing kleinere zaken) • Toename online bestedingen • Toename leegstand (ook autonoom)

5.2 Perspectief per winkelgebied

Van de winkelcentra die behoren tot de hoofdstructuur van de detailhandel in Hart van Brabant, wordt een toekomstperspectief geschetst. Dit toekomstperspectief is nadrukkelijk een aanvulling op de kwantitatieve factsheets per winkelgebied. Ieder winkelcentrum is beoordeeld aan de hand van een aantal criteria. De detailhandelsfunctie (koopmotief), de ontwikkelingen die zich in het centrum hebben voorgedaan, de plannen en initiatieven en de relatie met de trends en ontwikkelingen ten opzichte van het winkelgebied bepalen onder meer het toekomstperspectief per kern.

5.2.1 Regionaal verzorgende centra

Centrum Tilburg

Hoewel sinds 2008 diverse winkelontwikkelingen, waaronder het Pieter Vreedeplein, zijn gerealiseerd, is het totale aanbod in de binnenstad afgenomen. Ten opzichte van andere binnensteden is de omvang van het aanbod daarom nog steeds relatief klein en mist het centrum de bovenregionale uitstraling van concurrerende steden zoals 's-Hertogenbosch, Eindhoven en Breda. Positief is dat de leegstand, ondanks het afgenomen aanbod is afgenomen.

Bovendien staan diverse plannen voor versterking op stapel, met name om het centrumaanbod uit te breiden en de routing te verbeteren. Herontwikkeling van de Spoorzone kan in deze ook een versterking voor het centrum betekenen. Ook buiten het centrum zijn veel ontwikkelingen gaande, deze kunnen concurrerend zijn voor het centrumaanbod (Stappegoor en AaBe-complex). De binnenstad van Tilburg heeft desalniettemin veel potentie, mede door het grote en groeiende lokale consumentendraagvlak. Wel zal er nog wel een forse slag gemaakt moeten worden om hier ook optimaal van te profiteren.

Centrum Waalwijk

Bezoekers van het centrum van Waalwijk komen zowel voor de dagelijkse boodschappen als om recreatief te kunnen winkelen. Het hoofdwinkelcentrum van de gemeente heeft zich de laatste jaren per saldo niet in positieve zin ontwikkeld: de leegstand is toegenomen en is nu aanzienlijk, de consument is tamelijk negatief over de omgevingsaspecten en de koopkrachtbinding is afgenomen. Kijkend naar het veranderend koopgedrag van consumenten zou Waalwijk in de toekomst tussen wal en schip kunnen vallen. Het centrum is te groot om enkel als boodschappencentrum te functioneren, maar mist de recreatieve trekkracht en het onderscheidend vermogen. In de toekomst wordt beleving een steeds belangrijker element voor het recreatief winkelen. Speelt Waalwijk niet in op deze trends, dan zal het profiel van het centrum afzakken. De vernieuwing van De Els is in dit verband noodzakelijk. De juiste weg is al ingeslagen met de opening van trekkers als Cool Cat en H&M, tevens zijn er geruchten over de komst van V&D. Daarnaast biedt de centrummanagement organisatie in Waalwijk goede perspectieven. Met het unieke initiatief themacentrum 'Leerpunt Waalwijk' kan het centrum van Waalwijk veel meer toeristisch-recreatief bezoek trekken dan nu. Het perspectief is daarmee sterk afhankelijk van het al of niet realiseren van de genoemde projecten.

Centrum Oisterwijk

Het centrum van Oisterwijk heeft een zeer bijzonder karakter door het hoogwaardig aanbod, de dorps uitstraling, het ruime aanbod aan horeca en terrassen en de ruimtelijke kwaliteiten. Het centrum heeft een duidelijke boodschappenfunctie, maar daarnaast ook een sterke recreatieve functie voor de consument. Oisterwijk heeft relatief veel zelfstandig ondernemers met een onderscheidend profiel. De omvang van het aanbod is sinds 2008 stabiel gebleven, wel zijn er enkele winkels verdwenen. Dit heeft geresulteerd in een tamelijk hoog leegstandspercentage op pandniveau. Het recent opgestarte centrummanagement streeft naar een verdere versterking van het centrum en de ontwikkeling van het KVL-terrein kan een extra impuls aan het centrum geven. Door haar onderscheidende kenmerken kan het centrum van Oisterwijk toeristen en recreanten blijven aantrekken, waardoor er sprake is van een relatief goed perspectief.

5.2.2 Lokaal verzorgende centra 50 - 100 winkels

Centrum Dongen

Het centrum van Dongen heeft hoofdzakelijk een boodschappenfunctie, aangevuld met niet-dagelijks aanbod (met name op het gebied van mode en luxe). Er is in het centrum geen sprake van een aantrekkelijk winkelcircuit. De korte afstand van Dongen tot Oosterhout maar ook Breda en Tilburg beperkt de ontwikkelingsmogelijkheden voor de detailhandel in deze plaats. Wel zijn er buiten het centrum enkele initiatieven (uitbreiding Van Cranenbroek, herinvulling locatie Piet Kerkhof die ook in bescheiden mate een impuls voor het centrum kunnen betekenen. Het perspectief is noch goed noch slecht.

Centrum Drunen

Drunen kan getypeerd worden als boodschappencentrum met een lokaal verzorgende functie. De supermarkten liggen sterk aan de randen van het centrumgebied, tevens is het winkelaanbod in Drunen niet sterk geconcentreerd. Hierdoor mist het centrumaanbod de aantrekkende werking op consumenten en profiteren de winkels niet optimaal van elkaars trekkracht. Een aantal jaar geleden is het Raadhuisplein gemoderniseerd maar dit heeft het centrum niet de gewenste impuls gegeven. Voor zover bekend zijn er geen plannen bekend die het centrum versterken. Drunen als boodschappencentrum zal in de toekomst echter voldoende bestaansrecht houden.

Centrum Goirle

Goirle heeft met name een boodschappenfunctie, maar door de aanwezigheid van onderscheidende winkels op het gebied van mode en luxe weet zij ook niet-dagelijkse koopkracht te trekken. Ten opzichte van andere lokaal-

verzorgende centra in Hart van Brabant beschikt Goirle over een aanbod waar het accent relatief sterk op recreatief winkelen ligt. Met het winkelproject De Hovel en de recente herinrichting van het kloosterplein zijn aanbod en winkelomgeving sterk gemoderniseerd, maar de leegstand is wel toegenomen. Als middelgroot winkelcentrum op korte afstand van een grotere plaats als Tilburg zit Goirle in een lastige positie en het perspectief is matig. Wellicht kan het centrummanagement in positieve zin bij gaan dragen aan het toekomstperspectief. De Nederlanders die in België wonen kunnen een kansrijk publiek zijn voor de levensmiddelenbranche.

Centrum Kaatsheuvel

Het centrum van Kaatsheuvel kan getypeerd worden als een boodschappen plus centrum. Het is meer dan enkel boodschappencentrum, maar kleiner dan bijvoorbeeld het centrum van Waalwijk. Het centrum beschikt over een sterk supermarktaanbod, deze liggen achter de Hoofdwinkelstraat, en vormen belangrijke trekkers voor het winkelgebied. Kaatsheuvel wil meer profiteren van toerisme/recreatie en de huidige plannen voor versterking van het winkel- horeca -en leisure-aanbod en de winkelomgeving zijn daar vooral op gericht. Het toekomstperspectief van het centrum is relatief goed vanwege de nabijheid van de Efteling en de toename van het consumentendraagvlak en in de omgeving (bouw Landgoed Driessen in de gemeente Waalwijk).

Centrum Rijen

Het centrum van Rijen is met name gericht op boodschappen doen aangevuld met de frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen. Van recreatief winkelen is beperkt sprake. Het centrum heeft een impuls gekregen met de realisatie van overdekt winkelcentrum De Laverije. Hoewel het aanbod stabiel is gebleven, is de leegstand in het overige deel van het centrum wel fors toegenomen. Met het centrumplan Oost (tegenover De Laverije), ofwel de voltooiing van het Wilhelminaplein krijgt het centrum de nodige impuls. Daarmee heeft Rijen vooralsnog een goede uitgangspositie als boodschappen-plus-centrum voor met name de inwoners van de eigen gemeente, maar een verdere ruimtelijk-functionele kwaliteitsslag is wel nodig.

Centrum Vlijmen

Vlijmen functioneert als boodschappencentrum aangevuld met frequent benodigd niet-dagelijks aanbod. De afgelopen jaren is er weinig vernieuwing geweest. Op korte termijn zal het centrum van Vlijmen ingrijpend herstructureerd worden en het winkelaanbod wordt uitgebreid. Mede door haar ligging nabij 's-Hertogenbosch zal Vlijmen blijven functioneren als lokaal-verzorgend boodschappencentrum. Dankzij de herstructurering is het perspectief voor het centrum van Vlijmen echter redelijk rooskleurig.

5.2.3 Lokaal verzorgende centra 20 - 50 winkels

Centrum Berkel Enschoot

Berkel Enschoot functioneert als een boodschappencentrum en blijft in omvang achter ten opzichte van dorpen met een vergelijkbaar inwonertal. De verklaring hiervoor is de ligging nabij Tilburg. Knelpunt in het centrum is met name de omvang van de winkels. Het huidige dorpscentrum van Berkel-Enschoot is te kleinschalig van opzet. De supermarkten kunnen door de beperkte omvang hun functie als trekker onvoldoende waarmaken. Daarnaast heeft het centrum een gedateerde uitstraling. Er zijn plannen voor een nieuw dorpshart. Wanneer het centrum wordt versterkt is het toekomstperspectief goed. Zeker in combinatie met de verwachte bevolkingsgroei.

Centrum Diessen

Diessen heeft een beperkte boodschappenfunctie. Het centrumaanbod is versnipperd en met name gericht op dagelijkse artikelen. Door modernisering en verplaatsing van de supermarkt aan de Julianastraat heeft het centrum de supermarkt kunnen behouden, wat van belang is voor het behoud van het voorzieningenniveau en de leefbaarheid. De moderniseringsslag heeft nu en in de toekomst gezorgd voor behoud van het supermarktaanbod en daarmee perspectief voor het centrum.

Centrum Gilze

Het centrum van Gilze heeft vrijwel uitsluitend een boodschappenfunctie. Hoewel het aantal winkels in het centrum is afgenomen, is er sprake van weinig leegstand. Gilze heeft wel te maken met een relatief lage koopkrachtbinding, daarnaast heeft buurkern Rijen een sterker aanbod op het gebied van dagelijkse artikelen. Vanwege de verspreide bewinkeling profiteren ondernemers niet optimaal van elkaars trekkracht. De opgave ligt in het behoud en het versterken van de dagelijkse voorzieningen in de kern Gilze. Met het plangebied **'Achter de Hoven'** komt er in de kern Gilze een grote aaneengesloten inbreidingslocatie beschikbaar op een prominente plaats. Het centrum van Gilze zal zich meer moeten profileren als een centrum voor de dagelijkse verzorging van de eigen inwoners. Doet zij dit niet, is verdere afname van het aanbod niet ondenkbaar, maar mede dankzij het centrumplan is de uitgangssituatie redelijk goed.

Centrum Heusden

Het centrum van Heusden is onderscheidend vanwege haar historische setting, karakteristieke winkels en het naar inwonertal omvangrijk horeca-aanbod. Het centrum is een van de toeristisch-recreatieve trekkers van de regio Hart van Brabant. Voor het centrum zijn in de toekomst geen plannen bekend. Het centrum is zeer vitaal en zal gezien haar uitgangspositie ook in de toekomst onderscheidend genoeg blijven om de toeristisch-recreatieve functie die zij nu heeft te kunnen vervullen. Wel is het winkelaanbod beperkt van omvang, kleinschalig en verspreid aanwezig.

Centrum Hilvarenbeek

Het centrum van Hilvarenbeek is met name gericht op boodschappen en wordt aangevuld met niet-dagelijks aanbod. Het betreft een mooi dorp, met een sfeervol centrum bestaande uit een oud en nieuw deel. Met de realisatie van nieuw winkelcentrum De Hilverhof is een nieuwe impuls gegeven aan het centrum. Hilverhof maakt van het centrum van Hilvarenbeek weer een aantrekkelijk centrum. Mede vanwege de sterke toeristisch/recreatieve functie en de nieuwe centrumontwikkeling is de uitgangspositie van Hilvarenbeek goed te noemen.

Centrum Loon op Zand

Loon op Zand is een boodschappencentrum dat sterk gericht is op dagelijkse artikelen. De Em-té supermarkt is gevestigd op een moeilijke locatie met weinig uitbreidingsmogelijkheden. Er is veel toerisme in omgeving, maar in de praktijk is het voor de detailhandel moeilijk om daarvan te profiteren. Het centrum blijft in de toekomst perspectief houden, mits het supermarktaanbod aantrekkelijk genoeg blijft voor de consument.

Centrum Moergestel

Moergestel is een dorp met relatief veel horeca en een lokale verzorgingsfunctie wat betreft detailhandel. De bewinkeling in het centrum is redelijk verspreid; clustering van het aanbod kan zorgen voor een vitaler en leefbaarder centrum. Daarbij zijn ook de historische linten van belang. Wie het centrum van Moergestel bezoekt, komt binnen via één van de historische linten. Een goede inrichting van deze linten is van belang voor de herkenbaarheid en uitstraling van het dorp. Samen met het Sint Jansplein vormen de linten de dragers van het dorp. Zo bezien heeft Moergestel een prima uitgangspositie, mits zij in de toekomst blijft werken aan behoud van de vitaliteit.

Centrum Sprang Capelle

Sprang Capelle functioneert met name als boodschappencentrum. De herontwikkeling van het centrumgebied komt zeer moeizaam van de grond. Voor Sprang Capelle is versterking van het supermarktaanbod essentieel voor het toekomstperspectief. Er zijn plannen voor een vestiging van Lidl. Het centrumgebied heeft perspectief door realisatie van woonwijk Landgoed Driessen maar de nabijheid van sterk supermarktaanbod in onder meer Kaatsheuvel vormt een bedreiging. Het perspectief is daardoor sterk afhankelijk van daadwerkelijke realisatie van de versterking van het centrumgebied.

Centrum Udenhout

Udenhout is voornamelijk gericht op dagelijks aanbod, aangevuld met frequent benodigd niet-dagelijks aanbod. Behoud van de huidige positie staat centraal. Vanuit het streven naar compacte winkelgebieden dienen nieuwe ontwikkelingen op de Kreitenmolenstraat te worden geaccommodeerd in het gebied tussen de Sportlaan en de Slimstraat.

Centrum Waspik

Het centrum van Waspik is lokaal verzorgend met twee supermarkten. De Plus supermarkt zit wat afzijdig van het centrum waardoor aanwezige winkels niet optimaal profiteren van elkaars trekkracht. De uitgangspositie van het aanwezig supermarktaanbod is echter ondanks het beperkte aantal inwoners tamelijk goed omdat Waspik op grotere afstand van kernen met een groter aanbod ligt.

5.2.4 Bovenlokaal verzorgende wijkcentra

Heyhoef

Winkelcentrum Heyhoef gevestigd in de wijk Reeshof heeft een lokale verzorgingsfunctie voor deze wijk én trekt consumenten uit het nabij gelegen Gilze en Rijen. Er is sprake van uitbreidingsplannen van circa 3.800 m². Gezien de verzorgingsfunctie, de omvang van het verzorgingsgebied en positionering van het winkelcentrum is het toekomstperspectief gunstig te noemen.

Wagnerplein

Het Wagnerplein heeft een bovenlokale verzorgingsfunctie voor inwoners van Tilburg Noord, maar ook voor inwoners van Berkel-Enschot, Udenhout en Loon op Zand. Al geruime tijd is er sprake van om het winkelcentrum te revitaliseren en uit te breiden. Gezien het verzorgingsgebied en de uitbreidingsplannen die op stapel liggen in combinatie met een moderniseringsslag heeft het Wagnerplein een redelijke uitgangspositie om ook in de toekomst vitaal te blijven.

Westermarkt

Westermarkt is het grootste wijkwinkelcentrum van de gemeente Tilburg. Ondanks die omvang heeft is de bovenlokaal verzorgende functie van dit centrum het geringst. Vanwege de ligging en branchering trekt het centrum niet bijzonder veel consumenten van buiten de stad. Er zijn plannen voor uitbreiding van het aanbod met circa 3.800 m² wvo. Hoewel er weinig leegstand is, is het de vraag of deze winkelruimte in de toekomst ook op een goed niveau blijft functioneren. Immers, vrijwel alle winkelcentra in Tilburg worden vernieuwd dan wel uitgebreid. Westermarkt concurreert in sterke mate met de binnenstad van Tilburg waar eveneens veel vernieuwing plaats gaat vinden.

5.2.5 Bijzondere en perifere detailhandelsclusters

Zanddonk

Woonboulevard Zanddonk heeft als enige perifere detailhandelslocatie een bovenregionale functie, met eigen kernkwaliteiten en doelgroepen. Uitgangspunt is dat de twee voornaamste aankoopcentra, het centrum van Waalwijk en de Woonboulevard (Zanddonk), complementair aan elkaar blijven, waarbij de ontwikkelingen op de Woonboulevard de centrumontwikkelingen niet mogen frustreren. Aangezien in diverse omringende plaatsen een verdere uitbreiding van de perifere winkelclusters op stapel staat, zal de concurrentie voor Zanddonk nog verder toenemen. Om te voorkomen dat de positie van de Woonboulevard hierdoor verzwakt en de huidige functie te kunnen behouden, dient ingezet op een functionele en ruimtelijke versterking.

Koopboulevard Leypark

Leypark heeft een weinig aantrekkelijke uitstraling omdat het gedeeltelijk is gebouwd in oude fabriekspanden. Positief is de brede branchering. Zonder modernisering is het perspectief heel matig vanwege versterking van grotere woonboulevards in omgeving, maar er zijn plannen voor versterking (Aabé complex).

5.3 De foto nader bekeken

De (boven)regionale trekkracht

Tamelijk zwakke top van de hiërarchie

In z'n algemeenheid wordt de winkelstructuur van Hart van Brabant gekenmerkt door een stevige basis met veel winkelgebieden die kern- en buurt- of wijkverzorgend zijn. De top, winkelgebieden met een (boven)regionaal-verzorgende functie is momenteel echter vrij zwak. Het gaat dan met name om zowel de hoofdwinkelcentra van Waalwijk en Tilburg én de perifere winkelclusters in deze beide steden.

Het centrum van Tilburg is bijvoorbeeld relatief klein voor een stad met meer dan 200.000 inwoners, de circuitvorming laat te wensen over en het verblijfsklimaat, de ambiance, is weinig aansprekend. Dit laatste geldt ook voor Waalwijk-centrum. Hier is bovendien de leegstand aanzienlijk toegenomen.

Waalwijk beschikt wel over een grotere woonboulevard met een bijzondere publiekstrekker (Piet Klerkx), maar het winkelgebied kent een sterk gedateerde uitstraling en in vergelijking met de concurrerende woonboulevards een verouderde branchesamenstelling. In Tilburg is geen woonboulevard van moderne omvang en uitstraling aanwezig en het perifere aanbod is tamelijk sterk versnipperd over meerdere locaties.

Gezien de verwachte versterkingen in de grote steden in de nabije omgeving van Hart van Brabant, is een versterking in Tilburg en Waalwijk alleen al vanuit het oogpunt van behoud van markt- en verzorgingspositie noodzakelijk; stilstand betekent in deze vrijwel zeker achteruitgang. De aangegeven zwakke punten zijn door de betreffende overheden en betrokken particuliere partijen ook onderkend en er zijn diverse plannen voor versterking ontwikkeld. Of de diverse plannen daadwerkelijk tot uitvoering zullen komen, is in het licht van de marktomstandigheden echter nog maar de vraag. Zo bezien zijn de grootste winkelgebieden van beide plaatsen wel kwetsbaar.

Inzetten op meer bijzonder aanbod

De bovenregionale trekkracht van winkelgebieden wordt gewoonlijk sterk beïnvloed door de aanwezigheid van (zeer) grootschalige winkels of combinaties van winkels met een hoge uniciteit. Denk bijvoorbeeld aan Ikea in perifere winkelgebieden, De Bijenkorf in binnensteden of het Factory Outlet Center bij Roosendaal. Door te streven naar de vestiging van meer van dit soort 'bijzondere' winkels of winkelprojecten kan niet alleen meer omzet van buiten de regio getrokken worden, maar ook meer regionale koopkracht behouden worden. Projecten als het Pieter Vredeplein en De Groene Kamer in Tilburg of de plannen voor een Leer- en schoenencentrum in Waalwijk passen uitstekend in deze gedachte.

Meer profiteren van toeristisch-recreatief bezoek

Hiervoor is aangegeven dat er in Hart van Brabant goede kansen liggen om zich (nog) meer als toeristisch-recreatieve regio te profileren. Via het project 'Leisure Boulevard' wordt er ook aan gewerkt het toeristisch-recreatief profiel van de regio te verdere versterken. Er wordt hierbij met name ingezet op het verlengen van de verblijfsduur. De winkelcentra in de regio kunnen hier ook van profiteren. Het gaat daarbij om de op boodschappen doen gerichte winkelcentra in de buurt van verblijfsrecreatieve accommodaties en daarnaast ook de meer op recrea-

tief winkelen gerichte winkelcentra. Juist omdat het aantal plaatsen met een historische dan wel anderszins bijzondere ambiance zeer beperkt is, zullen winkelcentra zich op andere aspecten moeten richten, zoals bijvoorbeeld de genoemde bijzondere winkels, een aantrekkelijke inrichting, een goed horeca- en vermaakaanbod, etc. heel belangrijk hierbij kunnen ook evenementen zijn. Om hier optimaal van te profiteren, kan hier op regionaal niveau afstemming over plaatsvinden, evenals over de zondagsopening/openingstijden.

De lokale verzorging

Zoals gezegd kent Midden Brabant een robuust netwerk van winkelgebieden met in eerste instantie een lokale of beperkt-regionale functie. De meeste van deze kernen hebben de afgelopen jaren ook een grote vitaliteit getoond: nieuwe winkelprojecten zijn verzezen, supermarkten zijn gemoderniseerd of toegevoegd, de inrichting is soms vernieuwd, er is centrummanagement opgestart, etc. Toch gaan er juist voor deze categorie winkelgebieden vanuit de aangegeven algemene of regionale trends en ontwikkelingen nogal wat bedreigingen uit en een zekere verschraving van het winkelaanbod is zeker niet uit te sluiten, evenals een toename van de leegstand.

Plaatsen als Goirle, Dongen, Rijen, Berkel-Enschot, Udenhout, Vlijmen en Drunen, maar ook de wat kleinere kernen hebben wel perspectief, maar zijn ook als tamelijk kwetsbaar te typeren. De opgave voor veel van deze centra in de komende jaren is met name gelegen in het zo goed mogelijk invulling geven aan de verzorging van de lokale consument. Dat houdt bijvoorbeeld in: veel aandacht schenken aan een goede autobereikbaarheid en parkeermogelijkheden, inzetten op zo veel mogelijk ruimtelijk clusteren van winkel- en andere publieksgerichte voorzieningen in een beperkt, overzichtelijk centrumgebied, het zorgen voor een aantrekkelijk verblijfsklimaat (inrichting en aankleding passend bij het met name op boodschappen doen gerichte profiel van het winkelgebied, modernisering van supermarkten faciliteren, invullingen zoeken voor met name centraal gelegen leegkomende winkelpanden, het versterken van de band met de lokale bevolking door acties en evenementen, etc.

De genoemde acties en maatregelen zullen vooral op lokaal en gemeentelijk niveau opgepakt moeten worden door samenwerking tussen de betrokken partijen zoals ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente. Maar omdat de problematiek in veel gevallen hetzelfde is, kan er door informatie-uitwisseling tussen gemeente en informatieverstrekking wel veel tijd en energie bespaard worden. Dit 'leren van elkaar' kan heel goed op regionaal niveau opgepakt worden.

5.4 Ten Slotte

In z'n algemeenheid geldt dat de kwantitatieve mogelijkheden voor een uitbreiding van winkelaanbod in Midden Brabant de komende jaren beperkt zullen zijn. Toch is het van groot belang voor de consumentenverzorging in de regio dat de dynamiek in de detailhandel in de regio gefaciliteerd blijft worden. Vernieuwing van winkelaanbod en winkelgebieden nodig en dat gaat soms kan dat niet zonder het realiseren van nieuwe winkelruimte. Voldoet een winkel of een winkelgebied namelijk niet meer aan de wensen en eisen van de steeds kritischer wordende, prijsbewuste, goed geïnformeerde en vooral mobiele consument, dan wijkt die consument heel gemakkelijk uit naar alternatieve aankooplocaties. En in het geval van Hart van Brabant zijn die locaties op korte afstand aanwezig!

Geconstateerd is ook dat de regio op detailhandelsgebied weinig "bijzonders" te bieden heeft, waardoor onder meer de bijdrage van detailhandel aan de beleidsmatig beoogde versterking van de toeristisch-recreatieve structuur beperkt is. In dit verband kan het gewenst zijn om in regionaal verband afspraken te maken over de ambities van de samenwerkende gemeenten ten aanzien van de detailhandelsontwikkelingen in Hart van Brabant en die ambities te vertalen naar een breed gedragen regionale visie op de detailhandelsstructuur.

Uit de foto komt ook naar voren dat zorgvuldig omgegaan moet worden met nieuwe winkelinitiatieven. Daarbij dient wel aangetekend te worden dat er tussen de branches grote verschillen bestaan evenals tussen winkelloccaties. Dit pleit er voor om in een vroegtijdig stadium een goed inzicht te krijgen de effecten van nieuwe meer grootschalige initiatieven op de regionale detailhandelsstructuur: wat is de meerwaarde van het initiatief en wat zijn de eventuele negatieve effecten op de detailhandelsstructuur? Vanuit de provincie Noord-Brabant wordt er sterk op aangestuurd dit op regionaal niveau op te pakken als onderdeel van de regionale afstemming van detailhandelsontwikkelingen.

De eerder genoemde visie kan dienen als toetsingskader voor de regionale afstemming van nieuwe initiatieven. Wel is het van belang dat als gekozen wordt voor meer regionale afstemming, de spelregels hiervoor goed vastgelegd worden. Het gaat er hierbij om aan te geven wat de toetsingsprocedure is (wanneer toetsen?, hoe toetsen?, wie voert het uit?).

De afgelopen jaren hebben aangetoond dat de detailhandel een zeer dynamische sector is. Het kan daarom van belang zijn om de komende jaren op regionaal niveau de vinger aan de pols te blijven houden. Het maken van afspraken over het monitoren van de detailhandelsontwikkelingen in Hart van Brabant kan daarom een onderdeel zijn van de eventuele regionale afstemming tussen de gemeenten.